

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa hasil pengolahan data dan analisis untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kualitas produk Seblak Incezz menurut konsumen Seblak Incezz Kota Kediri termasuk dalam kategori cukup. Hasil ini sesuai dengan rata-rata (Mean) senilai 66,63 yang berada di antara skor 63,908 dan 69,352.
2. Tingkat kepuasan konsumen Seblak Incezz termasuk dalam kategori cukup. Hasil ini sesuai dengan rata-rata (Mean) senilai 35,91 yang berada di antara skor 34,203 dan 37,617.
3. Hasil perhitungan korelasi yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 hubungan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah 0,714 dan hasil tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kuat. Hal ini dikarenakan nilai 0,714 berada di interval 0,60-0,799. Korelasi antara kedua variabel adalah dengan membandingkan sig dengan probabilitas. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berdasarkan hasil uji R^2 (R Square) didapatkan nilai R^2 sebesar 0,510 atau (51,0%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas kualitas produk terhadap variabel terikat kepuasan konsumen mampu menjelaskan sebesar 51,0%. Sedangkan sisanya sebesar 67,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini seperti harga, kualitas pelayanan, emosi, dan kemudahan.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Sebagai salah satu pelaku UMKM yang bergerak dibidang makanan khususnya seblak tentunya ingin agar tumbuh dengan baik dan pesat. Maka disarankan agar seblak incezz Kota Kediri menjaga kualitas rasa dari produknya serta meningkatkan aspek lain seperti kualitas pelayanan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Akan lebih baik lagi jika pada variabel bebasnya dapat ditambahkan, agar hasil penelitiannya dapat lebih menggambarkan mengenai objek yang akan di teliti, mengingat bahwasannya pengaruh harga sebesar 51% sedangkan sisanya 49%. Sebagaimana masih terdapat variabel-variabel lain untuk diteliti. Maka untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

