

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terhadap penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Nazumi Japanese terbukti memiliki pengaruh secara positif dan signifikan. Terdapat lima indikator pada variabel kualitas pelayanan (X_1), dengan skor tertinggi pada indikator nyata (tangible) yang berisi bahwa Nazumi Japanese unggul dalam penampilan karyawan yang rapi dan bersih. Sebaliknya, terdapat juga bahwa dengan hasil skor terendah ada dalam indikator responsif (responsiveness), menyatakan bahwa karyawan yang masih kurang memperhatikan kecepatan dalam penyajian. Didapatkan variabel kualitas pelayanan (X_1) dengan total skor 3.853 berada pada kategori “Tinggi” maka bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Nazumi Japanese. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Giovana dan Avianti (2020) studi kasus resto Oto Bento, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Nazumi Japanese terbukti dapat berpengaruh secara positif dan signifikan. Terdapat empat indikator pada variabel kualitas produk (X_2), dengan skor tertinggi pada tekstur yang berisi bahwa Nazumi Japanese unggul dalam hal memberikan tekstur dari makanan yang tepat. Sebaliknya, terdapat juga bahwa dengan hasil skor terendah ada dalam indikator rasa (*taste*), menyatakan bahwa ada kekurangan dalam rasa produk. Didapatkan variabel kualitas produk (X_2) dengan total skor 1.986 berada pada kategori “Tinggi” maka bisa disimpulkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Nazumi Japanese. Hal

tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hikmah et al. (2023) studi kasus Coffe Jatinegara, yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Nazumi Japanese terbukti dapat berpengaruh secara positif dan signifikan. Terdapat tiga indikator pada variabel harga (X_3), dengan skor tertinggi pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat yang berisi bahwa Nazumi Japanese unggul dalam hal memberikan kesesuaian harga dengan gizi yang terkandung dalam makanan yang diberikan. Sebaliknya, terdapat juga bahwa dengan hasil skor terendah ada dalam indikator keterjangkauan harga, menyatakan bahwa merasa harga yang diberikan oleh Nazumi Japanese masih termasuk mahal. Didapatkan variabel harga (X_3), dengan total skor 1.421 berada pada kategori “Tinggi” maka bisa disimpulkan bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Nazumi Japanese. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rufaidah et al. (2022) studi kasus Bakso Son Hajisony, yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Nazumi Japanese terbukti secara keseluruhan (simultan) dapat berpengaruh secara positif dan signifikan. Terdapat hasil sebesar 67,3%. Sementara 32,7% untuk variabel lain yang dapat berpengaruh, tetapi tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afif et al. (2022) studi kasus Ayam Gepuk Eco Raos, yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersamaan (simultan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui pengujian korelasi dan regresi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan dari penelitian ini, berikut penulis memberikan beberapa saran yang mungkin dapat dipertimbangkan:

1. Penulis berharap pada penelitian ini, dapat menjadi sebuah dasar untuk mengembangkan teori mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk

dan harga terhadap kepuasan konsumen. Bagi peneliti untuk selanjutnya diharapkan untuk memperluas teori yang dapat mendukung keterkaitan dengan kepuasan konsumen dan dapat dilihat dengan sudut pandang lebih luas. Serta dapat menambahkan sampel yang lebih banyak agar dapat mewakili populasi yang lebih luas.

2. Bagi pihak Nazumi Japanese sebaiknya, perlu diperhatikan kembali standar kualitas pelayanan khususnya pada kecepatan saat pelayanan, karena indikator tersebut menjadi salah satu permasalahan yang ditemukan, hal tersebut dapat menyebabkan berkurangnya kepuasan konsumen. Hal yang mungkin bisa dilakukan memberikan evaluasi secara berkala terhadap kualitas kinerja pelayanan dan dapat memberikan pelatihan pelayanan prima terhadap karyawan.
3. Untuk mengatasi masalah tentang kualitas produk, indikator yang menjadi permasalahan yang ditemukan, yaitu ada kekurangan rasa pada produk. Hal yang mungkin bisa dilakukan dapat secara berkala melakukan uji rasa dan juga dapat menjaga konsistensi rasa.
4. Untuk mengatasi masalah tentang harga, indikator yang menjadi permasalahan yang ditemukan, yaitu masih banyaknya persepsi harga yang masih kurang terjangkau. Hal yang mungkin bisa dilakukan dapat mempertimbangkan untuk mengadakan program promosi diskon dan meningkatkan nilai dari kualitas produk agar sebanding dengan harga yang diberikan.