

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah dikumpulkan di bab sebelumnya, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut :

1. *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek *Star One* di Siulak, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,109 \geq 1,99167$ serta dengan nilai signifikansi = $0,038 < 0,050$, dimana besarnya pengaruh *Price* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial adalah 6,5%.
2. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek *Star One* di Siulak, dimana diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu $4,129 \geq 1,99167$ serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ sedangkan besarnya pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial adalah 15,3%.
3. *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek *Star One* di Siulak, dimana di peroleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,606 \geq 1,99167$ serta dengan nilai signifikansi = $0,011 < 0,050$, sedangkan besarnya pengaruh *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial adalah 10%.

4. *Price*, *Service Quality* dan *Store Atmosphere* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek *Star One* di Siulak, dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $11,787 \geq 2,72$ dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Besarnya pengaruh *Price*, *Service Quality* dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek *Star One* di Siulak Penuh secara simultan adalah 31,8% dan sisanya ($100\% - 31,8\%$) yaitu 68,2% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Variabel kepuasan pelanggan dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 80,44%, maka disarankan :
 - a. selalu memberikan iklan dan promosi di media social atau pun secara *offline* agar lebih terkenal
 - b. selalu memotivasi pelanggan agar untuk berbelanja kembali ke toko
 - c. selalu memberikan kesenangan kepada pelanggan agar berbelanja kembali ke toko
 - d. selalu menyediakan bermacam produk di toko agar pelanggan tidak tertuju pada satu produk saja yang dibeli
 - e. selalu memberikan tahu pelanggan untuk mempromosikan ke kaum kerabatnya bahwa produk yang ditawarkan sangat enak
 - f. selalu memberikan makanan dan minuman yang berkualitas bagus

- g. selalu memproduksi makanan dan minuman yang terbatas sesuai prediksi dalam sehari bisa habis berapa banyak. Agar pelanggan tidak merasakan makanan yang berhari
 - h. selalu mensupor pelanggan untuk selalu suka terhadap produk yang ditawarkan
 - i. selalu memberikan rekomendasi kepada siapapun untuk berbelanja pada toko
2. Variabel *Price* (Harga) dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 82,28%. Maka disarankan untuk:
- a. Menyesuaikan harga dengan saingan agar pelanggan tidak beralih ke tempat yang lain
 - b. Menyesuaikan harga dengan kualitas produk yang ditawarkan
 - c. Menyesuaikan harga terhadap manfaat yang didapatkan oleh pelanggan
 - d. Menetapkan harga terhadap kualitas produk yang ditawarkan
 - e. Menetapkan harga murah atau terjangkau agar pelanggan sering kembali untuk berbelanja
 - f. Mampu memberikan manfaat produk yang besar
 - g. Menyesuaikan harga terhadap harapan pelanggan
 - h. Memberikan harga yang beda dengan pesaing dengan harga termurah agar dapat datang kembali untuk berbelanja
 - i. Selalu mempertahankan manfaat untuk semua pelanggan
 - j. Selalu mempertahankan harga dengan kualitas produk ditawarkan

- k. Selalu memberikan harga yang termurah agar semua kalangan terjangkau untuk dating kembali membeli
 - l. Selalu menyediakan menu harga agar pelanggan bisa memilih produk sesuai dengan harga dan *budget* yang mereka miliki
3. Variabel *Service Quality* (Kualitas Pelayanan) dengan rata-rata Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 79,06%. Disarankan untuk:
- a. Karyawan yang bekerja agar berpenampilan dan berpakaian yang bersih dan rapi
 - b. Karyawan harus selalu memperhatikan pelanggan serta membantu pelanggan apabila terdapat kekurangan terhadap produk yang ditawarkan
 - c. Karyawan harus memberi tahu pelanggan kapan pesanannya sampai agar tidak merasa resah menunggu terlalu lama.
 - d. Memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas
 - e. Memberikan fasilitas yang menarik agar kepuasan pelanggan tidak bosan menunggu
 - f. Menyediakan produk jual yang selalu tersusun rapi dan bersih
 - g. Selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan
 - h. Selalu bersikap sopan dan ramah terhadap pelanggan
 - i. Menyediakan tempat atau ruangan yang luas agar pelanggan merasa nyaman
 - j. Selalu memberikan sikap simpatik kepada pelanggan
 - k. Selalu buka toko tepat waktu

1. Selalu memberikan senyuman dan sapa terhadap pelanggan
4. Variabel *Store Atmosphere* (Suasana Toko) dengan rata-rata Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 84,48%. Disarankan untuk:
 - a. Membuat fasilitas dalam ruangan toko yang bagus
 - b. Mengatur atau mendesain tata letak foto dalam ruangan yang begitu menarik sehingga nyaman untuk dipandang
 - c. Mendesain toko sesuai dengan tema produk yang ditawarkan
 - d. Memberikan desain toko yang bagus
 - e. Memberikan desain toko bagian luar yang unik
 - f. Selalu membersihkan bagian luar toko
 - g. Memberikan fasilitas toko yang lengkap
 - h. Selalu memajukan desain produk di toko
 - i. Selalu berkarya untuk tampilan toko
 - j. Selalu memberikan hiasan toko yang unik
5. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan dapat menggunakan metode lain dalam meneliti Kepuasan Pelanggan.