

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, mengenai pengaruh *Sense of Marketing* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen yang dilakukan di Restoran *Patbingsoo* Medan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Sense of Marketing* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat kita lihat dari serangkaian uji yang telah dilakukan yaitu dari uji T dan uji Regresi berganda dengan demikian dinyatakan hipotesis pertama diterima.
2. *Service Quality* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat kita lihat dari serangkaian uji yang telah dilakukan yaitu dari uji T dan uji Regresi berganda dengan demikian dinyatakan hipotesis kedua diterima.
3. *Sense of Marketing* dan *Service Quality* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini di tunjukkan dari hasil uji F dengan demikian dinyatakan hipotesis ketiga diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Restoran Korea *Patbingsoo*

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukajn pihak restoran yaitu:

- a. *Sense of Marketing* restoran harus memperhatikan rasa masakan yang dihidangkan kepada konsumen, dikarenakan dari jawaban responden yang menunjukkan bahwa rasa khas untuk Restoran Korea *Patbingsoo* belum terlihat dari cita rasa sendiri oleh Restoran. Pihak Restoran Korea *Patbingsoo* harusnya juga memperbesar atau memperluas areanya.
- b. *Service Quality* yang harus dimaksimalkan adalah mengenai pelayan yang terlalu lama dalam mengantarkan pesanan yang membuat pelanggan jenuh, pelayan juga harus memberikan pelayanan penuh.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini membahas pengaruh *Sense of Marketing* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen yang dilakukan di Restoran *Patbingsoo* Medan. Pada penelitian berikutnya, disarankan untuk menambahkan atau mengganti variabel lain untuk mengetahui faktor lainnya diluar variable yang diteliti untuk mengetahui kepuasan konsumen dari konsumen. Variabel yang mungkin bisa digunakan adalah *price*, *costumer loyalty*, *coorporate image*, dan lain-lain.