

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan. Nilai positif dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai positif, yang berarti semakin meningkat nilai kualitas produk maka akan berbanding lurus dengan kenaikan kepuasan konsumen. Sedangkan untuk pengaruh signifikan dilihat dari diterimanya ( $H_a$ ) yang berarti variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai pengaruh positif dan signifikan. Nilai positif dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai positif, yang berarti semakin meningkat nilai kualitas pelayanan maka akan berbanding lurus dengan kenaikan kepuasan konsumen. Sedangkan untuk pengaruh signifikan dilihat dari diterimanya ( $H_a$ ) yang berarti variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Variabel harga memiliki nilai pengaruh positif dan signifikan. Nilai positif dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai positif, yang berarti semakin meningkat nilai harga maka akan berbanding lurus dengan

kenaikan kepuasan konsumen. Sedangkan untuk pengaruh signifikan dilihat dari diterimanya ( $H_a$ ) yang berarti variabel harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

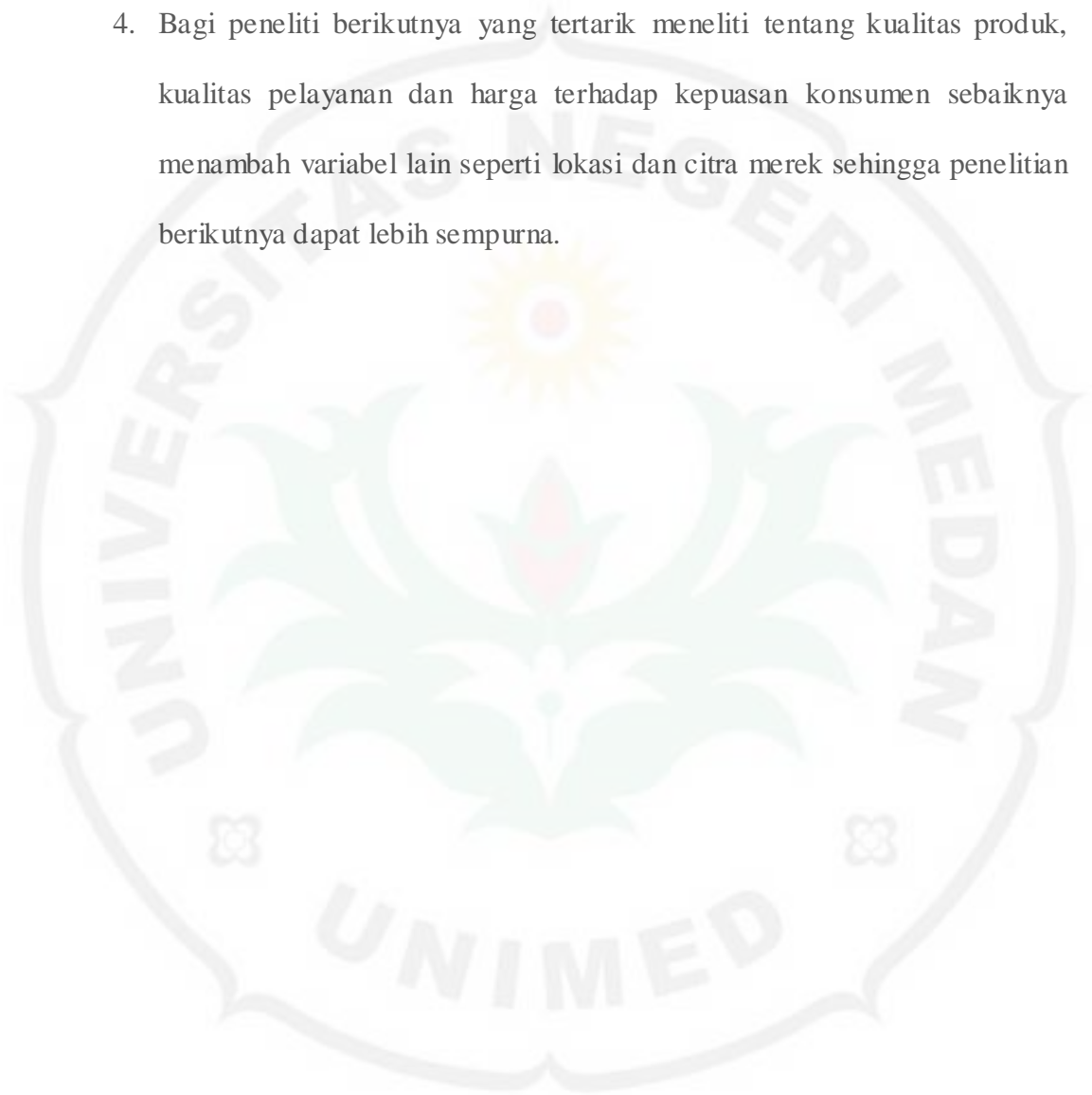
4. Secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Burger Medan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini Rumah Burger Medan hendaknya terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya meskipun harga yang ditetapkan relatif mahal dibandingkan pesaing lain.
2. Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pihak Rumah Burger Medan hendaknya teliti dalam menetapkan harga suatu produk dan menjadikannya sebagai strategi pemasarannya.
3. Rumah Burger Medan hendaknya senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan dengan pembenahan secara manajerial serta pelatihan kompetensi bagi karyawan dan pelayanan serta menekankan kode etika kerja yang harus selalu dilaksanakan dan peningkatan empati dengan lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Peningkatan pelayanan sebaiknya dengan peningkatan fasilitas fisik maupun non fisik.

4. Bagi peneliti berikutnya yang tertarik meneliti tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen sebaiknya menambah variabel lain seperti lokasi dan citra merek sehingga penelitian berikutnya dapat lebih sempurna.



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY