

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Pada hasil dari penelitian ini kita bisa mengetahui dan melihat fenomena atau data empiris di lapangan berdasarkan teori-teori yang telah dibahas sebelumnya dan juga dari pengolahan data yang sistematis dan akurat, sesuai dengan judul atau isi penelitian ini yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Nisa Artha Boga. Maka dengan teori dan pembahasan pada bab-bab terdahulu, penulis menarik kesimpulan.

Kesimpulan pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil uji t, t hitung > t tabel ( $5,074 > 1,960$ ). PT Nisa Artha Boga melakukan pelayanan mulai dari karyawan yang memberikan informasi akurat kepada pelanggan, menanamkan rasa percaya, menangani keluhan pelanggan, melakukan pelayanan *after sales*
2. Terdapat pengaruh positif antara variabel Kualitas Produk (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji t, t hitung > t tabel ( $4,758 > 1,960$ ). PT. Nisa Artha Boga telah memberikan kualitas

produk yang baik untuk pelanggan dengan menyajikan makanan yang lezat dan nikmat sesuai permintaan pelanggan.

3. Terdapat pengaruh yang positif antara variabel Harga (X3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji t,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,533 > 1,960$ ). PT. Nisa Artha Boga dalam menentukan harga memperhitungkan harga kompetitif di pasaran. Jika harga lebih tinggi maka perusahaan berusaha memberikan pelayanan dan kualitas produk yang lebih baik.
4. Terdapat pengaruh yang positif secara simultan (bersama-sama) dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $49,189 > 2,72$ ). PT. Nisa Artha Boga memberikan kualitas pelayanan yang baik, kualitas produk yang baik dan harga yang kompetitif untuk kepuasan pelanggan.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas maka penelitian ini memberikan implikasi sebagai berikut:

1. Bahwa variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas produk maka pihak manajemen PT. Nisa Artha Boga hendaknya memperhatikan karakteristik produk berupa cita rasa makanan yang khas dan lebih enak dibandingkan

dengan produk sejenis yang dimiliki oleh kompetitor, menu bisa dipesan walaupun tidak ada dalam daftar menu, tim kerja *catering* yang solid dan bisa dipercaya, masakan yang tidak cepat basi, citra rasa makanan yang lebih baik serta dekorasi pelaminan maupun makanan yang lebih menarik.

2. Selain itu juga PT. Nisa Artha Boga hendaknya memperhatikan kualitas layanan dan harga sehingga pelanggan merasakan pelayanan yang baik dari para pegawai PT. Nisa Artha Boga. Hal ini tentu perlu diberikan pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik, agar dapat melayani pelanggan dengan sebaik-baiknya. Dan juga yang tak kalah pentingnya adalah harga. Jangan sampai pelanggan menganggap harga yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh kompetitor.

### **C. Saran**

Beberapa hal mengenai penelitian ini yang dapat dijadikan saran untuk masukan bagi manajemen PT. Nisa Artha Boga adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan harus terus meningkatkan kualitas pelayanan ke pelanggan. Dengan semakin banyaknya perusahaan sejenis, maka perusahaan *catering* harus memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggannya sehingga pelanggan akan tetap setia menggunakan produk yang dihasilkan bahkan bisa mempromosikan kepada rekan bisnisnya untuk menggunakan produk yang sama.

2. Manajemen PT. Nisa Artha Boga harus memperhatikan indikator-indikator dalam harga, karena yang menjadi pertimbangan konsumen untuk menggunakan jasa *catering* adalah harga yang kompetitif.
3. Manajemen perlu menentukan kualitas produk. Untuk jasa penyediaan *catering* maka kualitas produk sangat menentukan untuk dipilih konsumen selain harga. Dengan kualitas produk yang baik, maka harga bagi konsumen tidak jadi masalah.