

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian tentang hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran berkonsep “All You Can Eat” hanamasa di jakarta, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan di tentukan oleh kualitas produk sebesar 12,9% sedangkan 87,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Koefisien X_2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baiknya di tetapkan suatu harga maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan di

3. ditentukan oleh harga sebesar 3,6% sedangkan 96,4% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Berdasar kesimpulan diatas, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dikarenakan adanya hubungan yang positif dan signifikan antar dua variabel tersebut dengan variabel kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang tertera dalam penelitian ini.

Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas suatu produk maka akan semakin meningkat pula kepuasan si pelanggan tersebut. oleh karna itu dalam menjalankan suatu usaha, kualitas produk merupakan salah satu faktor yang cukup penting.

Bedasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kualitas produk terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator kesesuaian penyajian produk sebesar 9,78%, tingginya presentase tersebut menggambarkan bahwa pelanggan akan merasa puas jika hidangan yang mereka dapatkan sesuai dengan apa yang penjual tampilkan di menu dan sosial media sosial. Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator daya tarik rasa yang di tawarkan yaitu sebesar 6.06%, hal ini di karenakan banyak responden yang

tidak setuju dengan pernyataan yang tertera, yang menyatakan bahwa hidangan shabu dan *grill* hanamasa tidak sesuai dengan lidah mereka. Hal ini menunjukkan bahwa ketika akan menjalankan suatu usaha (terutama di bidang kuliner), menyesuaikan menu dengan selera konsumen adalah hal yang penting.

Selanjutnya, hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel harga yang tertinggi adalah potongan harga khusus (*discount*), sebesar 27,49%. Tingginya presentase tersebut menggambarkan bahwa *discount* atau potongan harga merupakan salah satu strategi bisnis yang bisa menarik konsumen untuk berkunjung, potongan harga dapat dengan mudahnya mempengaruhi konsumen untuk bertindak konsumtif, konsumen juga akan merasa lebih puas dan hemat karna merasa apa yang mereka bayarkan lebih rendah dari harga aslinya. Sedangkan indikator harga terendah adalah indikator kesesuaian harga dengan harga pasar, sebesar 23,52%. Rendahnya presentase skor tersebut disebabkan karna harga yang di tawarkan restoran hanamasa belum bisa di jangkau semua kalangan, dan harga yang di tawarkan cukup mahal di banding restoran "*All You Can Eat*" lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya penyesuaian terhadap harga paket di restoran Hanamasa, hal ini dapat dilakukan dengan melakukan survei pasar dan melihat bagaimana strategi pesaing dalam menetapkan harga yang lebih murah, agar harga menu paket yang di sediakan Hanamasa dapat di jangkau oleh semua kalangan.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan masalah yang peneliti sudah uraikan, peneliti memiliki beberapa masalah dalam melaksanakan penelitian ini. Salah satunya adalah keterbatasan peneliti dalam membuat kuesioner berdasarkan keadaan yang sedang berlangsung (pandemi covid 19) dikarenakan pada tahun 2020 pemerintah DKI Jakarta dan pemerintah pusat menerapkan program PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), yang menyebabkan tidak memungkinkannya pengunjung untuk keluar rumah, termaksud untuk mengunjungi Restoran Hanamasa.

Setelah mendapatkan masalah tersebut, peneliti berkonsultasi pada Dosen pembimbing II dan di berikan beberapa solusi, salah satunya dengan hanya menyebarkan kuesioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah makan di restoran Hanamasa mulai dari bulan Januari 2019 sampai dengan Desember 2019.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada mahasiswa di Jakarta, antara lain:

1. Di ketahui indikator terendah pada variabel kualitas produk adalah daya tarik rasa yang di tawarkan yaitu sebesar 6.06%, hal ini menandakan bahwa setiap usaha kuliner harus menyesuaikan rasa dari menu yang di tawarkan, dengan selera konsumen. Peneliti menyarankan Restoran

Hanamasa untuk lebih mengedepankan selera konsumen, salah satunya dengan menggunakan *tester*, atau *research* menu yang sedang *trend* akhir-akhir ini, agar rasa makanan yang di jual bisa cocok dengan lidah konsumen.

1. Di ketahui indikator terendah pada variabel harga yaitu indikator kesesuaian harga dengan harga pasar, sebesar 23,52%. Rendahnya presentase skor tersebut disebabkan karna harga yang di tawarkan restoran hanamasa belum bisa di jangkau semua kalangan, dan harga yang di tawarkan cukup mahal di banding restoran “*All You Can Eat*” lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya penyesuaian terhadap harga paket yang di tawarkan oleh restoran Hanamasa. Peneliti menyarankan agar Hanamasa bisa memberikan harga paket yang lebih ekonomis seperti di restoran “*all you can eat*” lainnya, contohnya harga paket hemat untuk berdua atau keluarga.