

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh *Quality Product* , *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Panggung Café & Resto Sungailiat , dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis deskriptif menggambarkan bahwa *Product Quality* , *Store Atmosphere* , *Service Quality* dan Kepuasan Konsumen dikategorikan bernilai tinggi dengan *Product Quality* rata – rata 3.76 , variabel *Store Atmosphere* dengan skor rata – rata 3.59 , variabel *Service Quality* dengan rata - rata 3.66 , variabel Kepuasan Konsumen dengan skor rata – rata 3.71 . Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini di tolak.
2. *Product Quality* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Panggung Café & Resto. Di dapat dari hasil perhitungan t hitung untuk sebesar 7.421.
3. *Store Atmosphere* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Panggung Café & Resto. Di dapat dari hasil perhitungan t hitung untuk sebesar 12.687 .

4. *Service Quality* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Panggung Café & Resto. Di dapat dari hasil perhitungan t hitung untuk sebesar 5.340.
5. Hasil pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa *Product Quality*, *Store Atmosphere* dan *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Panggung Café & Resto. Hasil perhitungan uji F, dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 423.201 dan F tabel dengan $df_1 =$ derajat pembilangan 2 dan $df_2 =$ derajat penyebut 207 dengan taraf 5% maka didapat F tabel sebesar 2,649 berarti $F_{hitung} > f_{tabel}$. Hasil $p = 0,000 < 0,05$. Sehingga semakin tinggi penerapan *Product Quality*, *Store Atmosphere* dan *Service Quality* akan mengakibatkan semakin tinggi pula Kepuasan Konsumen terhadap Rumah Panggung Café & Resto.
6. Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka *Adjusted R Square* 0,862 atau 86.2% yakni berarti variasi variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel *Product Quality*, *Store Atmosphere* dan *Service Quality*, sisanya 13.8% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian

5.2 Saran

1. Saran yang ditunjukkan untuk Rumah Panggung *Café & Resto* Sungailiat :

- a. Berdasarkan tanggapan responden pada variabel *Product Quality* nilai yang terendah dari tanggapan tersebut pada indikator keawetan produk yang diproduksi bertahan lama, oleh karena itu disarankan agar produk makanan pada rumah panggung
- b. Berdasarkan tanggapan responden bahwa variabel *Store Atmosphere* harus meningkatkan kebersihan dalam lingkungan agar konsumen merasa nyaman terhadap Rumah Panggung *Cafe & Resto*
- c. Berdasarkan tanggapan responden bahwa variabel *Service Quality* harus meningkatkan rasa nyaman terhadap pelanggan agar konsumen merasa puas yang didapatkan.
- d. Berdasarkan tanggapan responden bahwa variabel Kepuasan Konsumen harus meningkatkan kepuasan secara keseluruhan agar konsumen tidak merasa kecewa.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat dilakukan kembali tentunya dengan objek yang berbeda serta dengan item-item pernyataan dalam kuesioner yang berbeda, variabel-variabel yang akan diteliti lebih diperbanyak sehingga kemampuan mengukurnya lebih baik. Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan

rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan *Quality Product* , *Store Atmosphere* ,*Service Quality* Dan Kepuasan Konsumen.

