

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan pada bab IV dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bukti fisik terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari.
2. Keandalan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari
3. Daya tanggap terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari
4. Jaminan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari
5. Empati terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari
6. *Customer Trust* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Kualitas Pelayanan dan *Customer Trust* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Saat Pandemi COVID-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan bermanfaat, antara lain :

### **1. Bagi Perusahaan**

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayan dan customer trust memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan agar lebih baik dan konsisten maka rangkaian program kualitas pelayanan dalam menerapkan prokes covid-19 konsisten selama masa pandemic covid-19 ini dan *customer trust* agar tetap dikelola dengan baik agar para pelanggan Restoran Lesehan Trisno Mojosari merasa puas membeli atau mengunjungi restoran.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan perbandingan bagi para peneliti selanjutnya. Dan diharapkan peneliti dapat menggunakan variabel independen lain yang dianggap memiliki pengaruh yang lebih besar dari kualitas pelayan dan *customer trust* pada variabel dependen kepuasan konsumen.