

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Kualitas Produk (X1) terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y1) di Restoran Bakso Domas Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan Restoran Bakso Domas Mojokerto, seperti penyajian, rasa, porsi, dan aroma, telah memenuhi kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2016) serta penelitian Maulana dan Hadita (2024), yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik suatu produk yang mendukung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan.

2. Kualitas Layanan (X2) juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y1) di Restoran Bakso Domas Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan Restoran Bakso Domas Mojokerto, seperti fasilitas tempat, peralatan, tampilan karyawan, penyajian tepat waktu, cepat tanggap, sikap ramah, sopan dan santun. Hasil ini didukung oleh teori dari Zeithaml et al (2023) dan penelitian Pratondo dan Eviani (2024), yang menyatakan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

3. Secara simultan, kedua variabel independen (Kualitas Produk, dan layanan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi kedua faktor tersebut mampu menjelaskan 60,4% variasi

atau perubahan dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 39,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti harga, lokasi, suasana restoran, promosi, atau faktor eksternal lainnya.

4. Dengan demikian, dapat di simpulkan pelanggan menilai restoran tersebut secara menyeluruh, bukan hanya dari segi rasa bakso, tetapi juga dari aspek layanan seperti keramahan pelayan, ketepatan waktu penyajian, dan kenyamanan tempat makan. Hal ini menjadi penekanan penting bagi pihak manajemen untuk tidak hanya fokus pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Ketika kedua aspek ini berjalan secara beriringan dan konsisten, maka kepuasan pelanggan akan lebih mudah tercapai dan dipertahankan dalam jangka panjang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, berikut beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Untuk perusahaan, disarankan untuk secara konsisten meningkatkan kualitas produk melalui penerapan sistem kontrol kualitas yang ketat dan pengembangan produk inovatif berdasarkan masukan pelanggan. Perusahaan perlu mengoptimalkan strategi promosi dengan meningkatkan anggaran

pemasaran digital, mengembangkan program loyalitas pelanggan, dan secara rutin menganalisis efektivitas setiap promosi. Di sisi pelayanan, penting untuk melakukan transformasi sistem layanan melalui pelatihan karyawan yang komprehensif, penerapan sistem CRM, dan digitalisasi proses transaksi. Perusahaan juga disarankan membangun sistem manajemen data pelanggan yang terstruktur untuk memungkinkan segmentasi pasar dan pengumpulan feedback yang lebih efektif.

2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan variabel penelitian dengan memasukkan faktor-faktor seperti harga, lokasi, dan brand image, serta mempertimbangkan pengaruh kondisi eksternal seperti persaingan pasar. Peneliti berikutnya dapat mengembangkan metodologi dengan menerapkan pendekatan mixed methods, analisis jalur, atau studi longitudinal untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Perluasan cakupan sampel baik secara geografis maupun demografis akan memberikan hasil yang lebih representatif.