

BAB V

KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kualitas produk, persepsi kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng SS di Yogyakarta. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan sampel sejumlah 103 orang. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng SS di Yogyakarta.
2. Persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng SS di Yogyakarta.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng SS di Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti ingin memberikan saran kepada:

1. Menejemen Waroeng SS

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa persepsi kualitas produk, persepsi kualitas layanan, dan persepsi harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

pada Waroeng SS. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat dikatakan bahwa untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen pada Waroeng SS, pihak manajemen Waroeng SS diharapkan mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya, kualitas layanannya, dan kesesuaian harganya pula. Berdasarkan penelitian ini juga diketahui bahwa persepsi kualitas produk, persepsi kualitas layanan, dan persepsi harga mempengaruhi tingkat kepuasan sebesar 38% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, maka dari itu, manajemen Waroeng SS diharapkan mampu menggali faktor lain tersebut guna untuk semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai Adjusted R square sebesar 38% yang artinya model ini hanya mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 38% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Saran peneliti kepada peneliti untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel lain yang dianggap mampu mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Selain itu, penelitian ini mengambil sampel sejumlah 103 pada 3 cabang Waroeng SS yaitu cabang Bantul, Plengkung Gading, dan Godean. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambah jumlah sampel serta tempat pengambilan sampelnya

agar penelitian yang akan dilakukan mendapatkan hasil yang lebih akurat.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, hanya mengambil sampel pada tiga cabang Waroeng SS di Yogyakarta dengan sampel sejumlah 103. Penelitian selanjutnya lebih baik menambah jumlah sampel dan tempat pengambilan sampel. Selain itu, variabel independen dalam penelitian ini hanya ada tiga saja yaitu persepsi kualitas produk, persepsi kualitas layanan, dan persepsi harga.