

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan sebuah penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada RESTO 24 Labuhanbatu Selatan, maka dalam hal ini dapat ditarik beberapa Kesimpulan yang mana di antaranya adalah:

1. Dari hasil analisis regresi linear berganda, maka dapat dijelaskan bahwa rumus regresi linear berganda $Y = 5,380 + 0,445 X_1 + 0,276 X_2$. Dimana nilai a diperoleh sebesar 5,380, yang mana angka ini adalah nilai konstan yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan maka nilai konsistensi dari Kepuasan Konsumen adalah sebesar 5,380. Nilai b1 adalah sebesar 0,445, jika setiap kenaikan bertambah 1% skor Kualitas Produk, maka Kualitas Produk akan naik menjadi 44,5% sedangkan nilai b2 adalah 0,276, jika setiap kenaikan bertambah 1% skor Kualitas Produk, maka skor akan menjadi 27,6% dan Kepuasan Konsumen pun menurun.
2. Berdasarkan hasil uji t nilai t hitung variabel Kualitas Produk lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $5,564 > 1,985$ dengan nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000. dapat diambil sebuah Keputusan bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

3. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji F maka didapatkan nilai f hitung lebih besar daripada F_{tabel} yaitu $289,705 > 3,09$ dan nilai signifikannya sebesar $0,000 < 0,5$. Sehingga H_0 ditolak. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

B. Saran

1. Resto 24 Labuhanbatu Selatan diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk, terutama dari segi cita rasa, kebersihan, kesegaran bahan baku, serta konsistensi penyajian makanan dan minuman agar kepuasan konsumen tetap terjaga.
2. Resto 24 Labuhanbatu Selatan, perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang cepat, ramah, sopan, dan responsive terhadap kebutuhan maupun keluhan konsumen sehingga dapat menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, lokasi, suasana restoran, promosi, dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek yang berbeda atau dengan jumlah sampel yang lebih besar agar hasil penelitian dapat memberikan Gambaran yang lebih luas dan mendalam.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Borwita Citra Prima Maumere*. 3(1).
- Arianata, F., & Handayani, P. (2025). *Pengaruh Financial Distress , Konservatisme Akuntansi , dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance Menggunakan Metode Kuantitatif*. 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.30812/rekan.v6i1.4908>.
- Agustin, S. (2016) Pengaruh Kualitas harga,Kualitas Oroduk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). *Pendahuluan*. 11(1), 43–50.
- Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*. (2022).
- Citra, P., Dan, M., Produk, K., Keputusan, T., Sate, P., Bah, M., & Purwakarta, U. S. E. (2023). *Novani Cahya Nurrohmah, 2023 PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SATE MARANGGI BAH USE PURWAKARTA Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu*. 31–46.
- Cahyani, F, G., & Hidayat, I. (2017) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Dokumen, dalam., Perspektif Ilmu., Komunikasi (2023).
- Dewi Priyanto, SPSS (Analisis Statistik Data, Lebih cepat, Lebih efisien dan akurat) (2009).
- Edisi, I. (2016). *UJI NORMALITAS DATA KESEHATAN*.
- Haris Hardiansyah, Wawancara observasi dan Faktor Group Sebagai Instrumen Pengolahan Data Kuantitatif., (2023).
- Hartini, S. (2012). Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal manajemen dan Kewirausahaan*.
- Haromain, I., & Supriyadi, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan.
- Jne, P., & Pandaan, D. I. (n.d.). *SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA*. 1–16.

- Konsumen, P., Rumah, P., Ikan, M., Gatsu, B., Suharsono, J., Image, B., Pembelian, K., & Kunci, K. (2022). *No Title*. 5(2), 2658–2666.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks.
- Layanan, P. K., & Promosi, L. D. A. N. (2016). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN M. Maulana Dzikril Hakim Yahya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. 5(November), 1–21.
- Lavelock, C.H & Wright, L. (2007). *Manajemen pemasaran Jasa*. Alih bahasa: David octarevia Jakarta: Salemba Empat.
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., Gunawan, E., Pelayanan, P. K., Dan, F., Terhadap, H., Gunawan, E., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN PADA SWISS BELHOTEL MALEOSAN MANADO THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY , FACILITIES AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION AT SWISS BELHOTEL MALEOSAN MANADO Jurnal EMBA Vol . 11 No . 1 Januari 2023 , Hal . 1-11. 11(1), 1–11.*
- Lupiyoadi, R. (2013) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ed. 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, H ., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.
- Metode penelitian, E., Book., Syafrida., (2022).
- Muri Yusuf., Metode Penelitian, Kuantitatif, Kuantitatif dan penelitian Gabungan : Jakarta Kencana, 2014. (Metode penelitian disertai dengan contoh penerapannya dalam penelitian).
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa terpadu*. Jakarta. PT Ghalia Indonesia
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta .
- Pelayanan, A. K. (2001). *kinerja primer yang dituntut dari suatu jasa 2. Karakteristik*
- Pelayanan, P. K., & Merek, D. A. N. C. (n.d.). *TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN PT . POS INDONESIA CABANG SURABAYA SELATAN (PERSERO)*.
- Pelayanan, P. K., & Terhadap, D. A. N. H. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada indomaret cabang*

ngagel madya.

- Punuindoong, A. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih*. 2(6), 511–517.
- Putri, A. R. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Unit Usaha Retail Kobantitar Mart*. 8(2), 584–593.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2005). *Metode Penelitian Administrasi*.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi aksara.
- Sukses, P. T., & Cabang, S. (n.d.). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN BAURAN PEMASARAN PADA*. 1–22.
- Sumual, Y. M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos*. 2(1), 73–78.
- Surakarta, B. D. I. (2015). 2) 1, 2). 15(3), 346–353.
- Sudjana. (2003). *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi bagi peneliti*. Bandung: Tarsito
- Wariani, P., Yacob, S., & Silikhin, A. (2023). *MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN*. 12(03), 808–818.
- Yudhawasthi, C. M. (2023). *Dokumen dalam perspektif ilmu komunikasi*. 9008(105), 43–58. <https://doi.org/10.55981/j.baca.2023.1126>.
- Zeithaml, Biner dan Grenmier, (2006). *Service Marketing integrating Costumer Focus Across*.