

BAB V

PENUTUP

9.5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel penelitian Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai koefisien 0,166 dan tingkat signifikan sebesar 0,004
2. Variabel penelitian *Store Atmosphere* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai koefisien 0,171 dan tingkat signifikan sebesar 0,000
3. Variabel Kualitas Produk (X1) dan *Store Atmosphere* (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 pada Rumah Makan Ayam Gepuk Pak Gembus Wotgandul Semarang.
4. Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas Kualitas Produk (X1) dan *Store Atmosphere* (X2) sebesar 90,1% dan sisanya 9,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti bermaksud memberikan beberapa saran kepada Rumah Makan Ayam

Gepuk Pak Gembus Wotgandul Semarang, serta untuk penelitian selanjutnya yang diuraikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian tanggapan responden terkait variabel Kualitas Produk, responden setuju dengan seluruh pernyataan kuesioner maka sebaiknya Manajemen Ayam Gepuk Pak Gembus Wotgandul bisa mempertahankan Kualitas Produk yang sudah dianggap baik oleh konsumennya.
2. Berdasarkan hasil penelitian tanggapan responden terkait variabel *Store Atmosphere*, responden setuju dengan seluruh pernyataan kuesioner maka sebaiknya Manajemen Ayam Gepuk Pak Gembus Wotgandul bisa mempertahankan *Store Atmosphere* / suasana rumah makan yang sudah dianggap baik oleh konsumennya.
3. Pada penelitian berikutnya, diharapkan bisa meneliti dengan variabel lain diluar variabel pada penelitian ini agar bisa mendapat hasil yang lebih variatif dan mengetahui variabel lain yang mungkin berpengaruh pada kepuasan pelanggan.