

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian pada bab 4 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Service Quality* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dimana nilai $t_{hitung} 4,584 > t_{tabel} 1,660$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Hal ini dapat diartikan konsumen setuju bahwa *service quality* mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kimchi-Go Express Cabang Royal Plaza.
2. *Food Quality* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dimana nilai $t_{hitung} 3,239 > t_{tabel} 1,660$ dengan signifikansi $0,018 < 0,05$ artinya signifikan. Hal ini dapat diartikan konsumen setuju bahwa *food quality* mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kimchi-Go Express Cabang Royal Plaza.
3. *Price* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dimana nilai $t_{hitung} 3,882 > t_{tabel} 1,660$ dengan signifikansi $0,003 < 0,05$ artinya signifikan. Hal ini dapat diartikan konsumen setuju bahwa *price* mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza.
4. Variabel *Service Quality* (X1), *Food Quality* (X2) dan *Price* (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.

5.2 Saran

Bagi Peneliti

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti atau menambah variabel lain, dikarenakan signifikansi untuk variabel *service quality*, *food quality* dan *price* terhadap kepuasan pelanggan masih rendah. Diharapkan dengan penambahan variabel lain tersebut terdapat pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan.

Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan dan mempertahankan *service quality*, *food quality* dan *price* dari produk produk yang dihasilkan, karena ketiga komponen tersebut terbukti mampu menciptakan kepuasan untuk pelanggan. Perusahaan diharapkan juga selalu mengevaluasi komponen tersebut ataupun juga komponen lain secara berkala agar dapat bersaing dengan para kompetitor sehingga para pelanggan tetap setia dan loyal terhadap perusahaan.