

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka diambil kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di SukoKopi Padang. Hal tersebut dapat dilihat dari perhitungan uji-t yang mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} nya $2,457 > t_{tabel}$ nya 1,656 Apriyono (2022) dan Supriyanto (2022) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji-t dari variabel kualitas produk adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} nya $3,720 > t_{tabel}$ nya 1,656. Artinya jika kualitas produk di SukoKopi Padang semakin meningkat maka semakin besar pula kepuasan konsumen SukoKopi Padang. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman (2020) dan Herlambang (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal

tersebut dapat dilihat dari hasil uji-t dari variabel kualitas produk adalah 0,000 $< 0,05$ dan nilai t_{hitung} nya 8,786 $> t_{tabel}$ nya 1,656. Artinya jika kualitas pelayanan di SukoKopi Padang semakin meningkat maka semakin besar pula kepuasan konsumen SukoKopi Padang. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di SukoKopi Padang. Hal ini dikarenakan nilai F_{hitung} yaitu 94,583 $>$ dari nilai F_{tabel} 2,67 dan nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 $> 0,05$.

5.2 Saran

1. Berdasarkan pada variabel lokasi terdapat pernyataan yang harus lebih diperhatikan oleh SukoKopi Padang yaitu “Lokasi SukoKopi merupakan lokasi yang dapat dilihat jelas” Hal ini perlu di perhatikan oleh SukoKopi Padang. Disarankan pemilik SukoKopi Padang sebaiknya memberikan palang atau *neon box* yang lebih besar dan jelas sehingga lokasi nya dapat dilihat dengan jelas oleh konsumen.
2. Berdasarkan pada variabel kualitas produk terdapat pernyataan yang harus lebih diperhatikan oleh SukoKopi Padang yaitu “Minuman kopi dan makanan disajikan di SukoKopi memiliki tampilan yang menarik dan karakter rasa yang sangat enak untuk dinikmati” karena mempunyai nilai TCR yang paling rendah. Hal ini perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Sebaiknya SukoKopi Padang lebih memperhatikan kualitas produk yang dijual mulai dari rasa, tampilan dan cara penyajian agar konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan.

3. Berdasarkan pada variabel kualitas pelayanan terdapat pernyataan yang harus lebih diperhatikan oleh SukoKopi Padang yaitu “SukoKopi telah memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan” karena mempunyai nilai TCR yang paling rendah. Hal ini sangat perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaiknya SukoKopi Padang lebih memperhatikan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Karena pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas dan akan memberikan dampak baik bagi SukoKopi kedepannya.
4. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain seperti *store atmosfer*, promosi, harga, sosial budaya atau mengembangkan dengan skala yang lebih besar dan faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga penelitian yang akan mendatang menghasilkan penelitian yang lebih lengkap.