

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji *one sample t test*, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -34,958 dan t_{tabel} sebesar 1,671. Nilai t_{hitung} $(-34,958) < t_{tabel}$ $(1,671)$, maka **H₀₁ diterima** dan **H_{a1} ditolak**. Nilai rata-rata Kualitas Pelayanan di warung makan Hj. Hasnah ini sebesar 91,9% dari yang diharapkan dan memiliki klasifikasi sangat baik.
2. Dari hasil uji *one sample t test*, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -68,208 dan t_{tabel} sebesar 1,671. Nilai t_{hitung} $(-68,208) < t_{tabel}$ $(1,671)$, maka dapat disimpulkan **H₀₂ diterima** dan **H_{a2} ditolak**. Nilai rata-rata Harga di warung makan Hj. Hasnah ini sebesar 83,4% dari yang diharapkan dan memiliki klasifikasi baik.
3. Dari hasil uji *one sample t test*, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -89,182 dan t_{tabel} sebesar 1,671. Nilai t_{hitung} $(-89,182) < t_{tabel}$ $(1,671)$, maka dapat disimpulkan **H₀₃ diterima** dan **H_{a3} ditolak**. Nilai rata-rata Kepuasan Konsumen di warung makan Hj. Hasnah ini sebesar 84,6% dari yang diharapkan dan memiliki klasifikasi sangat baik.
4. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil uji Korelasi nilai *signifikan* (*sig*) dari tabel korelasi dapat diketahui antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) dikana nilia signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bawa

H₀₄ ditolak dan **H_{a4} diterima**. Dengan tingkat kekuatan hubunga yaitu 0,491 atau tingkat korelasinya cukup berkorelasi.

5. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Harga dan Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil uji Korelasi nilai *signifikan (sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara Harga (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) dikana nilia signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bawa **H₀₅ ditolak** dan **H_{a5} diterima**. Dengan tingkat kekuatan hubunga yaitu 0,479 atau tingkat korelasinya cukup berkorelasi.
6. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil uji Korelasi nilai *signifikan (sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara Kualits Pelayanan (X1) dengan Harga (Y) dikana nilia signifikansi $0,001 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bawa **H₀₆ ditolak** dan **H_{a6} diterima**. Dengan tingkat kekuatan hubunga yaitu 0,434 atau tingkat korelasinya cukup berkorelasi.
7. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan anantara Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama dengan Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil uji Korelasi simultan, nilai Sig f Change dari tabel korelasi secara simultan dapat diketahui antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan Kepuasan Konsumen (Y) dimana nilia signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa

H₀₇ ditolak dan **H_{a7} diterima**. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0,572 atau korelasinya sedang.

8. Terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,5. Maka **H₀₈ diterima** dan **H_{a8} ditolak**. Hasil dari pengujian regresi berganda menunjukkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,328 atau 32,8%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya sumbangan efektif dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat.
9. Variabel Harga merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, dimana nilai koefisien determinasinya sebesar 0,307 dibanding dengan variabel Kualitas Pelayanan yang nilai koefisiennya hanya sebesar 0,243.

B. Saran

1. Dalam berbisnis harus mempunyai konsep untuk menarik konsumen, sehingga banyak konsumen yang datang ke rumah makan itu sendiri, dan mengingat bahwa konsumen adalah raja sehingga harus ramah pada setiap konsumen atau pembeli yang berdatangan sehingga akan tercipta kepuasan tersendiri bagi konsumen.
2. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dapat menambah variabel dalam penelitian yang sama diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu upaya informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.