

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Caping Gunung di Desa Kresek Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun.

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, diketahui bahwa jika variabel harga mampu memberikan sesuai manfaat kepuasan konsumen pada Warung Caping Gunung akan semakin meningkat di Desa Kresek Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika variabel kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan konsumen pada Warung Caping Gunung juga akan semakin meningkat.

5.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini ditemukan keterbatasan yaitu nilai *R Square* yang masih kecil yaitu sebesar 0,091 atau 9,1%. Artinya bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen tidak hanya variabel harga dan kualitas pelayanan melainkan masih ada banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran akademis
Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang diprediksi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti produk, promosi penjualan, dan lokasi (Kotler dan Armstrong 2016:47).

2. Saran Praktis

- a. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka Warung Caping Gunung perlu memperhatikan kebijakan harga yakni harga yang ditawarkan di Warung Caping Gunung terjangkau, sesuai dengan kualitas yang diterima, sesuai dengan manfaat yang dirasakan, dan harga yang ada di Warung Caping Gunung dapat bersaing dengan resto yang ada. Diharapkan Warung Caping Gunung dapat mempertahankan harga yang sesuai dengan yang diberikan sehingga konsumen akan kembali berkunjung.
- b. Kualitas pelayanan yang dilakukan juga sudah sangat baik dengan rata-rata 3,84 bahkan dapat menarik hati konsumen dengan adanya bangunan yang menarik menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dan juga adanya pelayanan baik. Adanya pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa dihargai dan dihormati sehingga konsumen akan merasa puas dapat berkunjung. Diharapkan Warung Caping Gunung dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang dimilikinya sehingga konsumen akan tertarik untuk berkunjung pada Warung Caping Gunung.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. T. (2012). *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Basu Swastha, S. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Liberty.
- Dapur bang cipir. (2017). Warung Caping Gunung Madiun. Di dapat dari <https://dapurbangcipir.blogspot.com/2017/05/warung-caping-gunung-madiun-i-dapur.html?m=1>. 10 Maret 2022.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Isti, Yogiswandani. (2022). Bersantap dengan Bonus Wisata Alam Gratis di Kresek, Madiun. Di dapat dari <https://www.google.co.id/amp/s/www.kompasiana.com/amp/istiyogi/62e79d2808a8b528f32ae747/paket-wisata-alam-gratis-di-caping-gunung?bshm=lpsc/2>. 05 February 2023.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Keloay, Gahensya., Rumawas, Wehelmina & Asaoei, Sandra. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis* 8(2), 26-33.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 14. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.

- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rabiah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo di Samarinda. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 8(1), 65-74.
- Safrizal. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 214-224.
- Sangadji, E. M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Jakarta: Salemba.
- Siswanto Sutojo. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Sudaryono. (2012). *Dasar-dasar Evaluasi Pembelajaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi ke 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi.