

## BAB V

### Penutup

#### 5.1 Kesimpulan

1. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan 32 dari 392 responden tidak menjawab secara lengkap sehingga dibuang dan jumlah responden yang dapat dipergunakan di dalam penelitian ini sebanyak 360 responden.
2. Hasil penelitian menunjukkan jumlah responden perempuan lebih banyak yaitu sebanyak 232 (64,44%), sedangkan responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 128 (35,56%).
3. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden berusia 18-21 tahun. Responden yang memiliki umur <18 tahun sebanyak 11 (3,06%), responden yang memiliki umur 18-21 tahun sebanyak 273 (75,83%), responden yang memiliki umur 22-25 tahun sebanyak 69 (19,17%), dan responden yang memiliki umur >25 tahun sebanyak 7 (1,94%).
4. Hasil penelitian menunjukkan  $r_{hitung}$  masing-masing variabel lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item-item pertanyaan dalam penelitian ini adalah valid.
5. Hasil penelitian menunjukkan Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$  dan Cronbach's Alpha  $\geq$  Cronbach Alpha If item deleted maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan reliabel.
6. Terdapat pengaruh simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 61,7%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 38,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

7. Secara parsial kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 44,36% .
8. Secara parsial kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 49,70%.
9. Secara parsial harga mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 46,79%.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Bagi perusahaan KFC, penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi untuk menyusun strategi pemasaran. Peneliti memberikan beberapa strategi pemasaran diantaranya:

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, sebaiknya KFC terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanannya dengan harga yang bersaing.
2. Hasil penelitian pada kualitas produk terdapat terdapat 2,22% responden yang sangat tidak setuju dan 23,33% responden tidak setuju bahwa KFC menawarkan porsi yang lebih banyak dari restoran lainnya. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan porsi makanan yang ditawarkan.
3. Hasil penelitian pada kualitas pelayanan untuk item pertanyaan pengaturan tempat duduk saat restoran penuh (*full capacity*) memberikan respon negatif yang cukup tinggi yaitu sebesar 4,17% responden yang sangat tidak setuju dan 18,61% tidak setuju sehingga perusahaan harus menambah tempat duduk dan memperbaiki tata letak tempat duduk di KFC.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

### 5.3.1 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel konsumen KFC di Universitas Kristen Maranatha.
2. Peneliti menetapkan jumlah minimal responden sebesar 380 responden. Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh 392 responden.
3. Responden yang terbatas konsumen KFC.

### 5.3.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka berikut beberapa saran yang perlu diperhatikan:

1. Responden merupakan konsumen KFC di Universitas Kristen Maranatha. Disarankan perlu adanya penelitian di luar daerah penelitian ini.
2. Dalam penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan jumlah responden yang lebih banyak.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat diuji dengan menggunakan objek lain seperti CFC, Texas Chicken, AW, atau Richeese Factory.