

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Menurut hasil penelitian ini, diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh negatif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *La Boutique Gourmande* di Hotel *Le Meridien* Jakarta. Hal itu dapat ditunjukkan dengan tabel korelasi *Rank Spearman* sebesar -0.011 . Sehingga dapat disimpulkan kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga dapat diketahui bahwa konsumen tidak memperhatikan atau tidak mementingkan kualitas produk (meliputi kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, kehandalan, estetika, kesan kualitas dan pelayanan) dikarenakan terdapat faktor-faktor lainnya yang dapat menyebabkan kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, halnya seperti *branding* dan fasilitas yang mewah. Ada kemungkinan konsumen lebih mementingkan tingkat eksklusifitasnya dibandingkan dengan kualitas produk karena produk yang dijual sudah memiliki nama dan standar mutu yang tinggi.
2. Adanya pengaruh positif antara harga produk terhadap kepuasan konsumen *La Boutique Gourmande* di Hotel *Le Meridien* Jakarta. Hal itu dapat ditunjukkan dengan tabel korelasi *Rank Spearman* sebesar $0,183$. Sehingga dapat disimpulkan harga produk mempunyai pengaruh kepada kepuasan konsumen namun tidaklah berpengaruh banyak. Keadaan tersebut disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan walaupun harganya terjangkau cukup mahal. Namun konsumen tidak begitu memperdulikan, disebabkan beberapa faktor seperti rasa makanan yang berbeda dengan yang lain dan juga faktor kepercayaan konsumen terhadap merek produk.
3. Terdapat pengaruh negatif dan positif dari variabel kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan konsumen *La Boutique Gourmande* di Hotel *Le Meridien* Jakarta. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian

regresi linear berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.016 atau sebesar 1.6%. Hasil koefisien determinasi tersebut menunjukkan kecilnya sumbangan dari kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan konsumen. Dengan arti kualitas produk dan harga produk mempengaruhi 1.6% kepuasan konsumen sedangkan sisanya 98.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Menurut hasil analisis, peneliti memberikan beberapa saran diurai sebagai berikut:

1. Bagi La Boutique Gourmande
 - a. Menurut hasil penelitian bahwasanya kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang disebabkan oleh beberapa faktor lainnya dalam mencapai kepuasan konsumen. Walaupun hasilnya menunjukkan kualitas produk tidak mempengaruhi, namun kualitas produk mempunyai peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian ini, terdapat konsumen yang mengeluhkan mengenai rasa yang terlalu manis, pengerjaan dengan waktu yang cukup lama karena jarak yang jauh dari *pastry* ke *La Boutique Gourmande* dan tampilan kue tidak mengikuti tren yang sedang berkembang. Dengan meningkatkan kualitas produk dapat menjadi suatu hal yang menguntungkan bagi perusahaan dan berefek pada loyalitas pelanggan.
 - b. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen walaupun pengaruhnya sangat lemah. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa konsumen yang mengeluhkan mengenai harga yang ditetapkan oleh *La Boutique Gourmande* tidak sesuai dengan porsi yang disajikan, oleh sebab itu sebaiknya diberikan perhatian lebih atas *portion control* dan harga yang ditetapkan.



2. Bagi Peneliti

Walaupun hasil penelitian ini mendukung teori yang ada, namun masih terdapat variabel-variabel yang belum tercantum didalam penelitian ini, maka dari itu peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan atau meneliti variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti pengaruh promosi, *branding*, promosi dan lainnya.

