

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan teknik analisis data yang peneliti lakukan mengenai kualitas makanan dan *perceived value* terhadap kepuasan konsumen pada RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi, maka peneliti mengambil simpulan sebagai berikut:

5.1.1 Kualitas makanan pada RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi, melalui Rasa, Kuantitas Porsi, Variasi Menu, Citra Rasa yang Khas, Higienitas (Kebersihan) dan Inovasi sebagai dimensi, berdasarkan garis kontinum memiliki nilai dikategori tinggi dalam menciptakan kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan oleh hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada konsumen RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi yang menyatakan konsumen puas terhadap kualitas makanan yang mendorong pada kepuasan konsumen.

5.1.2 *Perceived Value* pada RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi dengan Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas dan Nilai Terhadap Biaya sebagai dimensi, dapat dikatakan sudah baik dalam menciptakan kepuasan konsumen, dikarenakan memiliki garis kontinum yang berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat dibuktikan oleh hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada konsumen RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi yang menyatakan konsumen puas terhadap *perceived value* yang mendorong pada kepuasan konsumen.

5.1.3 Kepuasan Konsumen pada RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi dengan Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali dan Kesiediaan Merekomendasikan sebagai dimensi dapat dikatakan tinggi. Hal tersebut sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi yang menyatakan konsumen merasa puas. Serta kepuasan konsumen pada RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi dinyatakan baik, dikarenakan memiliki nilai pada garis kontinum yang berada dikategori tinggi.

5.1.4 Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas makanan dan *perceived value* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi. Serta hasil pengujian hipotesis secara simultan, kualitas makanan dan *perceived value* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi. Hal tersebut dapat disimpulkan setelah pengujian hipotesis serta hal-hal lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, dengan demikian bahwa pengaruh kualitas makanan dan *perceived value* terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang lemah.

5.2. Saran

Berdasarkan dari simpulan diatas, maka peneliti memberikan saran kepada RM. Sunda Rasa Kota Sukabumi. Adapun saran tersebut sebagai berikut:

- 5.2.1. Bagi perusahaan industri rumah makan penelitian ini dapat memberikan informasi serta wawasan ilmu pembelajaran yang dapat digunakan untuk memperbaiki dan membantu perusahaan dalam menggunakan strategi pemasaran yang baik untuk perusahaan.
- 5.2.2. Bagi pihak lain penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi, bahan kajian dan tambahan wawasan dalam penelitian yang serupa, serta dapat memberikan informasi, wawasan dan ilmu pengetahuan tentang pemasaran.
- 5.2.3. Peranan pihak manajemen pengelola pemasaran di perusahaan industri rumah makan yang dapat mengkaji lebih lanjut untuk memperluas wawasan yang dapat mengembangkan ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas makanan, *perceived value* dan kepuasan konsumen.
- 5.2.4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang perhitungan – perhitungan yang dapat digunakan untuk bidang pemasaran khususnya perilaku konsumen mengenai kualitas makanan, *perceived value* dan kepuasan konsumen.