

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, khususnya pada perhitungan dan analisis yang telah dilakukan di bab IV, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian pengetahuan antara variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Faktor Emosional pada Café Tempat Lama Batam sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Café Tempat Lama Batam, karena Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi Konsumen untuk membeli atau memakai Produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.
2. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Café Tempat Lama Batam, karena Harga sangat erat hubungannya dengan Kepuasan Konsumen.
3. Faktor Emosional memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Café Tempat Lama Batam, karena Faktor Emosional sangat erat hubungannya dengan Kepuasan Konsumen.

4. Kualitas Pelayanan, Harga dan Faktor Emosional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan, Harga dan Faktor Emosional harus seimbang dilakukan karena Kualitas Pelayanan, Harga dan Faktor Emosional mempunyai dampak yang sama-sama besar dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

## 5.2. Saran

Berdasarkan pada analisis dan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian ini, maka beberapa saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pimpinan perusahaan dapat berusaha mengambil kebijaksanaan guna untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen, sehingga pendapatan perusahaan setiap tahunnya meningkat.
2. Hasil Uji R menunjukkan masih ada variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian lebih lanjut, hendaknya menambah variabel lain yang bisa meningkatkan Kepuasan Konsumen, karena semakin baik Kepuasan Konsumen maka akan berpengaruh baik bagi perusahaan.
3. Diharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan lokasi yang berbeda di perusahaan-perusahaan atau organisasi yang nantinya bisa meningkatkan Kepuasan Konsumen yang lebih baik lagi.