**BAB V**

**SIMPULAN DAN SARAN**

1. **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji deskriptif maka kualitas produk Martabak Alim dikatakan sanagat baik menurut para pembeli atau konsumen, harga yang ditawarkan Martabak Alim dikatakan sangat sesuai dengan manfaat yang didapatkan. Begitu pula kepuasan pelanggan Martabak Alim dipersepsikan puas.
2. Kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dimana jika suatu kemampuan produk dapat menciptakan suatu kepuasan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
3. Harga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka apabila suatu harga menunjukan keterjangkauan dan kesesuaian terhadap manfaat dan kualitas dari suatu produk, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
4. **Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka diharapkan perusahaan mempertahankan kualitas produk yang sudah ada. Selain itu, sebaiknya perusahaan juga melakukan inovasi-inovasi lain agar dapat menciptakan variasi produk, serta citra rasa yang baru dan unik sehingga tidak dapat ditiru oleh pesaing.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pada analisis deskriptif dapat dilihat bahwa pelanggan menganggap bahwa harga yang ditawarkan Martabak Alim sudah sesuai dengan manfaat produk yang ditawarkan. Maka apabila perusahaan ingin menetapkan harga baru, sebaiknya pihak perusahaan menganalisis dengan baik-baik, agar harga yang ditetapkan tetap sesuai dengan manfaat produk yang ditawarkan. Selain itu, sebaiknya perusahaan menganalisis harga yang ditawarkan oleh kompetitor lain sehingga perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih bersaing lagi.
3. Peneliti menemukan bahwa nilai R2 dari model regresi adalah sebesar 0.369 dimana variabel bebas hanya bisa menjelaskan variabel terikat sebesar 36.9%. Maka bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel-variabel lain seperti lokasi dan kualitas layanan karena menurut penelitian Krisdayanto, Haryono, dan Gagah (2018) menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel kualitas layanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.