



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil pengolahan data Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan diuraikan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan pada Pizza Hut di Kelapa Gading sudah baik.
2. Kualitas produk pada Pizza Hut di Kelapa Gading sudah baik.
3. Kepuasan pelanggan pada Pizza Hut di Kelapa Gading sudah baik
4. Kualitas layanan tidak terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut di Kelapa Gading.
5. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut di Kelapa Gading.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Manajemen Pizza Hut
 - a. Pizza Hut memiliki kualitas layanan yang sudah baik, walaupun kualitas layanan tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, diharapkan Pizza Hut dapat terus menjaga dan lebih meningkatkan kualitas layanannya kepada pelanggan agar pelanggan bisa merasa puas.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- b. Pizza Hut memiliki kualitas produk yang sudah baik dan diharapkan Pizza Hut dapat terus menjaga produk yang ada, karena kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan dengan lebih kompleks dan lebih baik lagi. Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan dengan menambah variabel lain baik variabel latent, variabel endogen, maupun variabel eksogen seperti Promosi, Loyalitas Pelanggan, Keputusan Pembelian, Harga, Kemasan, Lokasi, *Brand Ambassador*, *Word of Mouth Brand Equity*, dan lain sebagainya sehingga dapat menghasilkan fakta baru yang bisa dipelajari oleh banyak orang.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.