

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Pada bagian ini akan disimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh brand image, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan dan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara brand image (X_1), kualitas produk (X_2) dan persepsi harga (X_3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Sehingga terbukti bahwa hipotesis pertama (H_a) dapat diterima yaitu "Terdapat pengaruh signifikan brand image, kualitas produk dan persepsi harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara brand image (X_1), kualitas produk (X_2) dan persepsi harga (X_3), secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Sehingga terbukti bahwa hipotesis kedua (H_a) dapat diterima yaitu "Terdapat pengaruh signifikan brand image, kualitas produk dan persepsi harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian variabel kualitas produk mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta variabel kualitas produk (X_1), lebih besar dibandingkan variabel brand image (X_2) dan variabel persepsi harga (X_3). Sehingga terbukti bahwa hipotesis ketiga (H_a) dapat diterima yaitu "Variabel brand image berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi perusahaan yang lebih dapat memuaskan pelanggannya. Adapun saran itu adalah sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi, hendaknya *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo mempertahankan kualitas produknya, karena bisa dilihat dari hasil penelitian kualitas produk yang paling dominan dibandingkan *brand image dan kualitas produk* terhadap kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.
2. Bagi Akedemisi, mengetahui besar pengaruh brand image, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan, maka penulis merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya agar mencari variabel lainnya yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Selain mencari variabel

lainnya, peneliti selanjutnya pun dapat menggunakan variabel yang diteliti yaitu brand image, kualitas produk dan persepsi harga terhadap objek penelitian yang berbeda. Atau berusaha memperdalam dan memperluas jangkauan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainya, memperluas sampel penelitian dan melakukan pengujian yang lebih mendalam.