

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh pengembangan produk, kualitas produk, dan CRM terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengembangan produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bureau.
2. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bureau.
3. CRM berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran bureau.
4. Pengembangan produk, kualitas produk, dan CRM berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bureau.
5. Dari ketiga variabel yang diteliti, variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, sedangkan yang paling kecil pengaruhnya adalah pengembangan produk.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dituliskan maka saran yang dapat diberikan kepada Restoran Bureau agar dapat menjadi masukan adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan produk menjadi acuan perusahaan dalam meningkatkan nilai tambah perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi nilai tambah dari perusahaan maka akan semakin mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis pengolahan data kuesioner didapatkan pernyataan no 3 yakni perusahaan sudah berinovasi dalam bereksperimen dengan bumbu – bumbu baru dalam penyajiannya sehingga perusahaan harus mempertahankan hal tersebut. Sedangkan perusahaan harus meningkatkan pada pernyataan nomer 1 dengan rata – rata paling rendah yakni dalam hal perubahan ukuran dalam makanan yang sebaiknya bisa disesuaikan dengan selera pelanggan.
2. Kualitas produk harus menjadi salah satu perhatian Restoran Bureau karena mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis pengolahan data kuesioner didapatkan pernyataan nomer 5 yakni pelanggan merasa tertarik dengan produk – produk makanan yang disajikan karena tampilan makanan yang disajikan terlihat menarik, maka dengan ini perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan penyajian makanan secara menarik. Sedangkan dari hasil kuesioner yang terendah untuk kualitas produk yakni pernyataan nomer 6 yakni terkadang restoran masih penyajian temperatur makanan yang kurang tepat sehingga temperatur tersebut bisa mengubah cita rasa dari makanan yang disajikan.

3. CRM sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan terlihat saat waiter / waitrees restoran akrab dengan pengunjung sehingga terjadi kontak yang baik dari hasil analisis pengolahan data kuesioner didapatkan pada pernyataan nomer 16, maka perusahaan harus mempertahankan & meningkatkan dalam menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan. Sedangkan perusahaan harus meningkatkan dari segi masukan yang diberikan ini dilihat paling rendah pada kuesioner nomer 18 pada CRM yakni restoran bureau masih belum bisa menjalankan masukan – masukan yang diberikan oleh pelanggan, maka saran dari penulis ialah dahulukan masukan dari pelanggan agar untuk kedepannya pelanggan merasa dilayani dengan maksimal.
4. Dalam Variabel kepuasan pelanggan setelah dianalisis pengolahan data kuesioner didapatkan pernyataan nomer 25 yakni sebagai restoran di kawasan elite restoran Bureau sudah bagus dalam menawarkan menu yang bervariasi dari *main course* hingga makanan ringan dari yang asin hingga penutup, maka perusahaan harus mempertahankan. Sedangkan pada kuesioner 22 mendapatkan nilai paling rendah yakni fasilitas wi – fi yang ditawarkan tidaklah secepat yang pelanggan, maka saran penulis adalah untuk memperbaiki jaringan atau menggunakan jaringan yang tetap bisa bekerja dengan cepat walau digunakan oleh banyak pelanggan.