

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai negatif pada kualitas produk tidak memiliki arah hubungan searah dengan kepuasan konsumen yang artinya apabila semakin baik kualitas produk maka konsumen akan merasa puas.
2. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai positif pada citra merek memiliki arah hubungan searah dengan kepuasan konsumen artinya semakin tinggi citra merek pada Cafe Lelucky Kopi maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
3. Variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai positif pada lokasi memiliki arah hubungan searah dengan kepuasan konsumen artinya apabila semakin tinggi lokasi maka kepuasan konsumen juga naik.
4. Variabel kualitas produk, citra merek dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Nilai positif menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan lokasi memiliki arah hubungan searah artinya apabila kualitas produk, citra merek dan lokasi baik maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

## B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang di ambil pada penelitian ini, maka ada beberapa saran yang ingin diberikan yaitu:

1. Cafe Lelucky Kopi diharapkan menjaga kepuasan konsumen terus meningkat dengan meningkatkan kualitas produk agar semakin baik, mempertahankan citra merek yang sudah dikenal, lokasi yang strategis yang memungkinkan memiliki lahan yang lebih luas lagi.
2. Cafe Lelucky Kopi diharapkan lebih meningkatkan lagi kualitas produk karena dalam penelitian ini kualitas produk memiliki nilai yang tidak signifikan terhadap kepuasan kosumen.
3. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan keterbatas yang ada dalam penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan sekiranya menambah variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, harga, dan lain-lain.