

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan dalam konsep Ekonomi Syariah terhadap Kepuasan Pelanggan di UMKM Le'tat Bakery Sekayu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pengaruh Strategi Pemasaran (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dan uji F test diperoleh $F_{hitung} 96.870 > 3,14$.
- b. Dari hasil T test pada uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang dominan mempengaruhi variabel dependen adalah variabel Kualitas Pelayanan (X2), karena variabel kualitas pelayanan memiliki nilai T test lebih besar dari nilai T test yang dimiliki variabel strategi pemasaran (X1).

5.2 Saran

- a. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM letat bakery perlu memfokuskan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan. Hal ini dilakukan melalui fokus pada produk yang dihasilkan seperti daya tahan, variasi dan rasa produk. Fokus pada kualitas pelayanan yang diberikan bisa menjamin para pelanggan memberikan tanggapan yang baik, empati pada perusahaan dan menciptakan pelanggan yang loyal.
- b. Peneliti lainnya dibidang UMKM dapat meneliti tentang penelitian ini namun pada perusahaan yang lain/objek lain ataupun dengan

memodifikasi model variabel bebas maupun tidak bebas untuk mengetahui respon pelanggan.

- c. UMKM lain yang berfokus di bidang kuliner/jenis roti juga perlu memperhatikan temuan penelitian ini, dengan meningkatkan kepuasan pelanggan di perusahaan mereka dengan fokus pada strategi pemasaran dan kualitas pelayanan perusahaan. Yang diharapkan perusahaan tersebut dapat sukses bersaing di era persaingan yang ketat saat ini.