

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisa kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran dengan uji kesenjangan (gap) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) secara umum dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian secara khusus dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil pengujian kesenjangan (gap) menunjukkan bahwa seluruh atribut pertanyaan bernilai negatif sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa belum puas dengan kinerja pihak AGMM.
2. Hasil dari metode CSI menunjukkan nilai 0,74 atau 74% yang berarti kepuasan konsumen pada kriteria "*cause for concern*" artinya menyebabkan kekhawatiran. Prioritas perbaikan sebaiknya dilakukan pada promosi dan jumlah porsi produk.
3. Seluruh atribut bauran pemasaran 7P memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **B. Saran**

1. Sebaiknya pihak manajemen Ayam Geprek Mbok Moro perlu memperhatikan kebersihan terutama meja dan lantai karena mengurangi kenyamanan konsumen. Selain itu sebaiknya pihak manajemen lebih mempercepat perbaikan jika ada fasilitas yang rusak karena hal tersebut dikeluhkan oleh konsumen.

2. Sebaiknya manajemen Ayam Geprek Mbok Moro mempertimbangkan pemilihan lokasi outlet yang memiliki lahan parkir yang luas karena sempitnya lahan parkir dikeluhkan oleh konsumen terutama konsumen yang menggunakan mobil.
3. Mengingat sebagian besar konsumen adalah kalangan pelajar dan mahasiswa maka sebaiknya manajemen Ayam Geprek Mbok Moro mempertimbangan adanya menu paket hemat agar dapat menarik minat konsumen untuk mengonsumsi AGMM.