

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. SIMPULAN**

Berdasarkan data dan analisis yang diuraikan pada bab sebelumnya, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim dengan nilai t- hitung sebesar 3,895 lebih besar dari t- tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sedangkan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t- hitung lokasi adalah 4,414 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
2. Harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim secara simultan dengan nilai F hitung sebesar 32,041 lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan pengaruh sebesar 38,5%.

#### **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian serta temuan-temuan di lapangan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk warung makan mama Najwa, Harga dan lokasi yang memang secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen dalam membeli Produk warung makan

mama Najwa, maka diperlukan kesadaran terhadap pihak warung makamama Najwa untuk selalu berusaha memberikan yang terbaik baik itu harga ataupun yang lainnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan adalah untuk mencari variabel-variabel lainnya terkait faktor yang memengaruhi kepuasan oleh konsumen warung \_ mama Najwa. Dari hasil yang didapatkan, harga dan lokasi memberikan pengaruh sebesar 38,5%, sedangkan sisanya 61,5% dari total 100% faktor yang diharapkan.