

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh label halal dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kue dan Bolu Alfina Jakarta Barat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima yaitu label halal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $3,323 >$ nilai t tabel yaitu $1,966$ dan nilai signifikansi yaitu $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kue dan Bolu Alfina Jakarta Barat.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima yaitu persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $13,649 >$ nilai t tabel yaitu $1,966$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kue dan Bolu Alfina Jakarta Barat.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu label halal dan persepsi harga berpengaruh bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung $135,646 >$ F tabel yaitu $3,01$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya, label halal dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kue dan Bolu Alfina Jakarta Barat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Toko Kue dan Bolu Alfina Jakarta Barat

Untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan pelanggan di Toko Kue dan Bolu Alfina Jakarta Barat, disarankan melakukan survei kepuasan pelanggan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan produk serta layanan toko. Selain itu, evaluasi efektivitas strategi pemasaran digital dan penggunaan media sosial sangat penting untuk menilai dampak kampanye terhadap penjualan dan engagement pelanggan, sehingga bisa merancang strategi pemasaran yang lebih efektif

2. Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan meneliti pengaruh tren kuliner terbaru terhadap penjualan dan preferensi pelanggan, guna mengidentifikasi tren yang relevan dan cara toko beradaptasi untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, lakukan riset preferensi pelanggan dan uji coba pasar untuk varian rasa baru atau produk inovatif. Analisis penerimaan pelanggan akan memberikan wawasan untuk pengembangan produk yang lebih baik di masa depan.