

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta pengujian hipotesis tentang kualitas layanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Flash Coffee Juanda Jakarta Pusat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Untuk variabel Kualitas Layanan menurut pendapat konsumen mempunyai pengaruh yang negative terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan yang kurang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan membuat konsumen tidak akan berniat untuk merekomendasikan kepada orang lain.
2. Untuk variabel kualitas produk menurut pendapat konsumen mempunyai pengaruh yang negative terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk yang kurang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan membuat konsumen tidak akan berniat untuk merekomendasikan kepada orang lain.
3. Kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial dan Bersama-sama berpengaruh negative terhadap keputusan konsumen karena pelayanan yang baik dan produk yang baik akan memberikan kesan yang baik terhadap konsumen tetapi karena layanan dan produk yang kurang baik dapat membuat konsumen tidak berminat merekomendasikan kepada teman atau lingkungan sekitar karena kurangnya kualitas layanan dan produk terhadap harapan yang diciptakan konsumen.

5.2. Saran

Dari kesimpulan yang dijelaskan diatas maka penulis memberi saran:

1. Flash Coffee Juanda Jakarta Pusat

Bagi Flash Coffee Juanda Jakarta Pusat harus lebih memfokuskan pada Kualitas Layanan dikarenakan point yang paling rendah dari antara kedua Kualitas yang diberikan terhadap penjualan barang dan jasa terhadap konsumen agar banyak konsumen yang dapat merasakan kepuasan saat mengonsumsi produk dari Flash Coffee secara penerimaan orderan sampai penanganan produk dengan baik sesuai dengan harapan konsumen dan memuaskan.

2. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya, variabel berbeda, jumlah sampel yang lebih banyak, tempat yang berbeda, desain yang lebih tepat dan tetap berhubungan dengan kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan ko