

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh produk, harga, tempat, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa transportasi CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini di buktikan dengan nilai t hitung $3,250 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan diterima.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini di buktikan dengan nilai t hitung $4,856 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan diterima.
3. Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini di buktikan dengan nilai t hitung $3,152 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan diterima.
4. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini di buktikan dengan nilai t hitung $2,528 > t$ tabel $1,661$

5. dan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan diterima.
6. Uji f diperoleh tingkat f hitung 35,707 dengan nilai signifikansi $0,000^a$ sehingga produk, harga, tempat, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
7. Persamaan berganda yang dihasilkan adalah $Y = 9,324 + 0,247X_1 + 0,539X_2 + 0,406 X_3 + 0,235 X_4 + e$

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan berbagai kesimpulan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, pada CV. Renata Citra Mandiri harus memfokuskan pada ke 4 variabel dalam penelitian ini yaitu produk, harga, tempat dan promosi karena secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Perusahaan CV. Renata Citra Mandiri perlu lebih banyak bekerja sama dengan pihak-pihak tempat wisata atau perusahaan-perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan konsumen dan bisa menjadi kepercayaan para konsumen. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel diluar variabel 4P yaitu produk, harga, tempat dan promosi dalam penelitian ini supaya lebih baik lagi untuk penelitian selanjutnya.