

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini akan menjelaskan kesimpulan secara singkat mengenai hasil dari penelitian serta saran bagi penelitian selanjutnya. Berikut adalah penjelasan yang lebih rinci:

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil regresi berganda antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dalam proses perhitungannya dapat diperoleh $Y = 10,656 + 0.614 X_1 + 0.415 X_2 - 0.752 X_3$

1. , yang menjelaskan bahwa:
 - a. Nilai koefisien regresi X_1 (b_1) bernilai positif, yang berarti jika Kualitas produk ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.
 - b. Nilai koefisien regresi X_2 (b_2) bernilai positif, yang berarti jika kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.
 - c. Nilai koefisien regresi X_3 (b_3) bernilai negatif, yang berarti jika promosi ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan menurun.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis satu (H_1) memperoleh nilai b_1 sebesar 0.614 bertanda positif dengan nilai probabilitas (P value) signifikansi sebesar

- 0.00 atau lebih kecil dari 0,05 (tingkat alpha) yang artinya kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dua (H2) memperoleh nilai b_2 sebesar 0.415 bertanda positif dengan nilai probabilitas (*P value*) signifikansi sebesar 0.00 atau lebih kecil dari 0,05 (tingkat alpha) yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
 4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tiga (H3) memperoleh nilai b_3 sebesar -0.752 bertanda negatif dengan nilai probabilitas (*P value*) signifikansi sebesar 0.00 atau lebih kecil dari 0.05 (tingkat alpha) yang artinya promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
 5. Berdasarkan uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*P value*) signifikansi 0.000 atau lebih kecil 0.05 sehingga dapat disimpulkan keseluruhan variabel independen (X) yang meliputi Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
 6. Berdasarkan Uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.309 atau sebesar 30.9% selebihnya 69.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Saran yang diberikan penulis untuk pihak Mercnamdise JCLEC Semarang maupun peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dari sisi Kualitas Produk: konsumen akan merasa puas apabila produk yang dibeli sesuai dengan harapan. Untuk itu memberikan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen sangatlah penting karena akan meningkatkan kepuasan konsumen
2. Dari sisi Kualitas Pelayanan: memberikan motivasi kepada karyawan seperti pengarahan sebelum bekerja dan evaluasi setelah bekerja untuk meningkatkan kedisiplinan para karyawan.
3. Dari sisi Promosi: Promosi yang terlalu berlebihan yang tidak sesuai dengan kualitas akan menyebabkan suatu penurunan terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu Merchandise JCLEC Semarang harus benar-benar berhati-hati dalam melakukan promosi.
4. Bagi peneliti selanjutnya atas dasar hasil uji koefisien determinasi (R^2), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap kepuasan Konsumen dapat diasumsikan mempunyai pengaruh yang rendah yaitu sebesar 30.9%. Sedangkan sisanya sebesar 69.1 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel independen lain. Penelitian ini belum sempurna, diharapkan peneliti pada saat penyebaran kuesioner kepada responden akan memberikan jawaban lebih baik.