

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan diatas serta berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian sebagaimana telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persamaan regresi linier berganda variabel Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan sebagai berikut: $Y = 0,455 + 0,276 X_1 + 0,338 X_2 + 0,331 X_3$ yang menjelaskan bahwa :
 - a. Nilai konstanta α sebesar 0,455 maka artinya jika gaya hidup, citra merek, dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen maka kepuasan konsumen memiliki nilai konstanta sebesar 0,455.
 - b. Koefisien regresi gaya hidup sebesar 0,276 menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti pengaruhnya searah yaitu jika gaya hidup baik maka kepuasan konsumen meningkat.
 - c. Koefisien regresi citra merek sebesar 0,338 menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti pengaruhnya searah yaitu jika citra merek baik maka kepuasan konsumen akan meningkat.
 - d. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,331 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti pengaruhnya searah yaitu jika kualitas pelayanan baik maka kepuasan konsumen

akan meningkat.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel gaya hidup terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,878 > t_{tabel}$ sebesar 1,66 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ (*alpha*) menunjukkan hasil nilai penelitaian statistik bahwa hipotesis (H_1) yang menyatakan gaya hidup berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel citra merek terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,193 > t_{tabel}$ sebesar 1,66 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (*alpha*) menunjukkan hasil nilai penelitaian statistik bahwa hipotesis (H_2) yang menyatakan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,913 > t_{tabel}$ sebesar 1,66 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (*alpha*) menunjukkan hasil nilai penelitaian statistik bahwa hipotesis (H_3) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

5. Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji F diperoleh nilai hitung sebesar $149,144 >$ dari F_{tabel} sebesar 2,70 dengan nilai probabilitas sebesar $0,000 <$ dibandingkan tingkat *alpha* 5% atau 0,05 menunjukkan hasil nilai penelitaian statistik bahwa hipotesis (H_4) yang

menyatakan variabel gaya hidup, citra merek, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen

6. Nilai *R square* sebesar 0,823 (82,3%). Artinya bahwa variabel gaya hidup, citra merek, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 82,3% sedangkan sisanya (100% - 82,3%) 1,7% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Bagi Kopi Janji jiwa

Hendaknya perusahaan meningkatkan berbagai kekurangan yang ada seperti meningkatkan kualitas pelayanan dan meminimalisir risiko dengan memberikan informasi yang jelas tentang produk-produk kopi janji jiwa serta memberi diskon untuk pembeli.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebaiknya peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yaitu kualitas produk, varian rasa, dll dan menggunakan metode lain dalam meneliti misalnya dengan melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang didapat lebih bervariasi.