BAB V

PENUTUP

1. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa:

a. Terdapat pengaruh yang rendah antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan korelasi Spearman yang hanya bernilai 0,252. Sedangkan dari uji signifikansi diperoleh hasil bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi adalah 0,224 lebih besar dari pada *p* value 0,05.

b. Terdapat pengaruh yang tinggi antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan korelasi Spearman menunjukkan angka 0,654 yang berarti pengaruh antara variabel kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan tinggi. Uji signifikansi untuk variabel kualitas layanan, hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Karena nilai signifikansi menunjukkan 0,000 yang lebih kecil dari *p* value 0,05.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. SARAN

Dalam penelitian di atas menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan konsumen yang lebih dominan ialah dari kualitas layanan. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, maka pelaku bisnis harus memberikan kualitas layanan yang sangat baik terhadap konsumen. Selain itu, produk juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, dan mengebangkan kualitas produk yang lebih baik akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Konsumen akan puas dengan pelayanan yang diberikan dan akan puas dengan produk yang ditawarkan.

Jadi, untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, maka pelaku bisnis harus memperhatikan kualitas produk dan kualitas layanan yang baik untuk konsumen.

3. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Diantaranya adalah responden dalam peneliti ini ada beberapa yang baru pertama kali melakukan pembelian sehingga menginginkan adanya bias dalam pemilihan jawaban ketika mengisi angket.

Demikian pula dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang tidak disebutkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id