

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dengan melihat hasil penelitian yang telah di bahas, maka dapat ditarik kesimpulan:

Variabel harga (X) mempunyai peran yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko busana muslim Dannis Collection di Royal Plaza Surabaya. Terlihat t hitung 6,051 yang berarti harga mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada toko busana muslim Dannis Collection di Royal Plaza Surabaya. Terlihat F hitung sebesar 36,620 dengan nilai signifikan 0,000, karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka harga mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada toko busana muslim Dannis Collection di Royal Plaza Surabaya. Jadi dapat disimpulkan sekaligus menjawab rumusan masalah kalau ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di toko busana muslim Dannis Collection di Royal Plaza Surabaya.

B. SARAN DAN REKOMENDASI

Setelah penulis melakukan penelitian dan pengamatan mengenai peran harga terhadap kepuasan pelanggan di toko Dannis Collection di Royal Plaza Surabaya, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran dengan harapan dapat menjadi acuan dalam mewujudkan suatu konsep pemasaran yang lebih baik dan benar-benar sesuai dengan konsep ideal, yaitu:

1. Bagi pemilik toko busana muslim hendaknya berusaha senantiasa meningkatkan keragaman produk terutama pada ketersediaan produk secara lengkap baik dalam merk, ukuran, dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
2. Bagi karyawan (pemilik toko) hendaknya selalu tanggap dengan segala kebutuhan pengunjung secara lebih cepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan, khususnya untuk pengunjung-pengunjung yang kesulitan dalam mencari produk yang diinginkan agar mereka mendapatkan kepuasan atas jasa yang dibelinya dan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang.
3. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

C. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini mempunyai keterbatasan dan saran bagi penelitian yang akan datang. Pertama, penelitian ini menggunakan subyek penelitian yang terbatas yaitu tentang bauran pemasaran yang hanya mengambil harga saja. Penelitian yang akan datang dengan topik yang sama disarankan untuk meneliti tentang bauran pemasaran dibidang lain yaitu produk, lokasi, dan promosi agar lebih menguatkan temuan dalam penelitian ini.