

BAB V

PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Transportasi Jakarta, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas pelayanan diketahui nilai t_{hitung} (4.494) lebih besar dari pada t_{tabel} (0.677) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi $0.000 < \alpha = 0,05$. oleh karena itu H_0 ditolak H_1 diterima, dengan demikian kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel Penetapan Harga diketahui nilai t_{hitung} (1.635) lebih besar dari pada t_{tabel} (0.677) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi $0.095 < \alpha = 0,05$. oleh karena itu H_0 ditolak H_2 diterima, dengan demikian Penetapan Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Dari pembahasan hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $12.207 > 3.089$ sehingga dapat disimpulkan bahwa $H_{0.3}$ ditolak dan $H_{1.3}$ diterima hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pembelian.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai kontribusi pemikiran perusahaan dan penelitian selanjutnya. Adapun saran- saran dari penulis yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil evaluasi atau hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sudah cukup baik dalam memenuhi keinginan konsumen, konsumen sudah puas dengan dengan kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan hal tersebut dan bahkan terus meningkatkan kualitas yang ada supaya konsumen terus merasa puas dan berdampak pada kualitas pelayanan.
2. Harga merupakan salah satu dari tiga variabel keputusan strategi utama yang dikendalikan oleh manajer pemasaran, harga yang terjangkau menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian pelanggan. Oleh karena itu hendaknya penetapan harga yang terjangkau inilah dapat terus dijaga dan tetap harus dipertahankan perusahaan, agar dapat membuat pelanggan menjadi loyal.