

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Brastagi Supermarket Cambridge Medan sebesar 0,451 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan Kepercayaan konsumen sebesar satu satuan akan meningkatkan Kepuasan konsumen sebesar 0,451 dengan asumsi faktor lain konstan.
2. Lingkungan Fisik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Brastagi Supermarket Cambridge Medan sebesar 0,241 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan Lingkungan fisik sebesar satu satuan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,241 dengan asumsi faktor lain konstan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan konsumen dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen pada Brastagi Supermarket Cambridge Medan dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $131,087 > 3,02$ . Nilai *R square* sebesar 0,407 menyatakan bahwa besarnya pengaruh dari harga dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 40,7% dan sisanya 59,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

### 3.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Brastagi Supermarket Cambridge Medan hendaknya terus berusaha untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, salah satunya dengan lebih memperhatikan atau mengecek ulang kesesuaian harga yang dicantumkan di rak dengan yang dikomputer agar sesuai, sehingga konsumen merasa yakin terhadap kinerja perusahaan yang kemudian berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen yang lebih maksimal.
2. Pihak Brastagi Supermarket Cambridge Medan harus senantiasa meningkatkan lingkungan fisik yang diberikan, seperti pencahayaan yang merata dan penempatan produk yang tepat sehingga konsumen mudah mendapatkannya dan dapat menciptakan kesan tersendiri dibenak konsumen saat berbelanja, dengan begitu kepuasan konsumen dapat tercapai lebih maksimal dan konsumen tidak akan beralih ke perusahaan ritel lainnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas obyek penelitian, tidak hanya variabel Kepercayaan konsumen dan Lingkungan fisik tetapi juga variabel-variabel lainnya (seperti harga, kelengkapan produk, dan lain-lain) sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen pada Brastagi Supermarket Cambridge Medan.