BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulit menyatakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil persamaan koefisien regresi linier berganda diperoleh

$$\mathbf{Y = 17{,}014 + 0{,}438X_1 + 0{,}223X_2 + e}$$

   a. konstanta sebesar 17,014 menyatakan bahwa jika variabel X (Kualitas Pelayanan dan Harga) ada atau tidak ada ,maka kepuasan konsumen tetap sebesar 17,014 (asumsi faktor lain tetap).

   b. Koefisien X_1 sebesar 0,438 menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,438.

   c. Koefisien X_2 sebesar 0,223 menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan harga sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,223.

2. Uji R *Square*(R^2) dilakukan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel-variabel bebas (X) secara bersama-sama tehadap variabel terikat (Y) pada hasil diatas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi adalah

sebesar 0,356 atau 35,6% yang artinya bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh sebesar 35,6% dan sisanya 64,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar faktor variabel yang diteliti. Adapun kemungkinan faktor lain berupa kelengkapan produk, layout toko, promosi, ketersediaan stok dan potongan harga. Dimana hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan konsumen atas suatu produk dalam manajemen bauran pemasaran bisnis *ritel* yang meliputi pasar, produk, lokasi, harga, kelengkapan produk, ketersediaan stok, promosi, iklan, pelayanan, pramuniaga beserta loyalitas pelanggan.

3. Hasil uji hipotesis ini menyatakan bahwa hipotesis diterima yang artinya bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen *mini market* Smart Shop unit Karya Cilincing.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. *Mini market* Smart Shop unit Karya Cilincing hendaknya berusaha untuk senantiasa memperhatikan harga pesaing terutama terhadap diskon-diskon yang ditawarkan pesaing dan menjadi saran dari para konsumen saat mengisi angket. Mengingat dekatnya lokasi kompetitor

yang suka menawarkan harga menggiurkan bagi konsumen, sehingga konsumen tidak beralih.

2. Bagi karyawan *mini market* Smart Shop unit Karya Cilincing hendaknya selalu tanggap dengan kebutuhan pengunjung serta lebih cepat dan tepat baik dalam memberikan bantuan yang dibutukan pengunjung khususnya pengunjung ynag kesulitan dalam mencari produk yang diinginkan agar mereka mendapatkan kepuasan atas pelayanan serta akan kembali untuk melakukan pembelian ulang.

3. Bagi peneliti selanjutnya, untuk memperluas objek penelitian tidak hanya pada variabel kualitas pelayanan dan harga tetapi juga variabel-variabel lain sehingga diperoleh informasi yang lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan penelitian berikutnya dapat lebih sempurna.

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY