

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga di Toko Zhafira Boutique Cikarang memperoleh hasil rata-rata skor sebesar 255,8 dengan berada pada kriteria sangat baik.
2. Kualitas Pelayanan di Toko Zhafira Boutique Cikarang memperoleh hasil rata-rata skor sebesar 262,6 berada pada kriteria sangat baik.
3. Kepuasan Konsumen di Toko Zhafira Boutique Cikarang memperoleh hasil rata-rata skor sebesar 258,3 berada pada kriteria sangat baik.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Zhafira Boutique Cikarang, dimana berdasarkan uji yang dilakukan secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} variabel Harga (X_1) adalah sebesar 29,992 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dengan demikian ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Zhafira Boutique Cikarang.
5. Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Zhafira Boutique Cikarang, dimana berdasarkan uji yang dilakukan secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 4,778 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,010. Hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Zhafira Boutique Cikarang.
6. Ada pengaruh yang positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Zhafira Boutique Cikarang, dimana berdasarkan perhitungan uji hipotesis secara simultan (Uji F) diperoleh nilai F_{hitung} adalah

sebesar 105,953. dan nilai probabilitas adalah 0,000. Dengan nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ artinya ada pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Zhafira Boutique Cikarang.

5.2 Saran

1. Mengacu pada variabel harga berdasarkan indikator terendah yaitu harga produk dapat bersaing dengan butik lain. Diharapkan Toko Zhafira Boutique Cikarang dapat menjaga Harga dengan cara melakukan riset harga pasar berkala pada setiap produk, agar memastikan harga yang dipasarkan sehingga dapat bersaing dengan butik lain.
2. Mengacu pada variabel Kualitas Pelayanan berdasarkan indikator yang terendah yaitu Terampil dan sigap dengan memberikan pelayanan yang sama terhadap semua konsumen. Diharapkan karyawan Toko Zhafira Boutique Cikarang harus lebih mengatur dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat terhadap semua konsumen agar dapat memberikan pelayanan maksimal.
3. Mengacu pada variabel Kepuasan Konsumen berdasarkan indikator terendah yaitu merasakan kebanggaan tersendiri pada saat memakai produk Zhafira Boutique Cikarang. Diharapkan karyawan Toko Zhafira Boutique Cikarang harus lebih memberikan inovasi baru yang berbeda pada produk dengan toko lain sehingga ketika konsumen menggunakan produk Toko Zhafira Boutique Cikarang akan merasakan kebanggaan tersendiri.
4. Hasil penelitian menjelaskan harga memiliki pengaruh terhadap Kualitas Pelayanan. Hal ini jika Harga dan Kualitas Pelayanan yang diberikan Toko Zhafira Boutique Cikarang baik maka konsumen merasa puas. Mereka akan kembali untuk membeli karena merasa Harga yang diberikan sangatlah baik dan Konsumen merasa puas dengan Kualitas Pelayanan.
5. a. Hasil penelitian menjelaskan secara parsial Harga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini jika Harga yang ditawarkan cocok

dengan harga pasar maka konsumen akan merasa puas. Mereka akan membeli kembali produk tersebut dan bahkan akan merekomendasikan kepada yang lain.

b. Hasil penelitian menjelaskan secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini jika kualitas pelayanan yang dirasakan sama atau lebih besar dari yang diharapkan, maka pelanggan merasa puas. Mereka akan menggunakan kembali produk tersebut dan bahkan akan memberitahukan kepada yang lain. Namun sebaliknya jika kualitas pelayanan yang dirasakan berada dibawah yang diharapkan, maka timbul suatu ketidakpuasaan pelanggan, rasa kepercayaan pelanggan terhadap produk menjadi berkurang (hilang), pendapatan perusahaan menurun dan akhirnya membahayakan kelangsungan hidup usaha.

6. Hasil penelitian menjelaskan jika secara simultan Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Perusahaan harus terus mensurvei harga pasar yang terbaru agar konsumen selalu mendapatkan Harga terbaik dari perusahaan. Selain itu, Kualitas Pelayanan harus selalu ditingkatkan agar semakin baik dan karyawan harus selalu memberikan Kualitas Pelayanan terbaik agar Konsumen semakin nyaman untuk berbelanja di Toko Zhafira Boutique Cikarang.