

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai dengan hasil analisis data yang dilakukan dengan tema pengaruh pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Prima Labeling, maka akan disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelayanan pada PT Prima Labeling memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini bisa dilihat dari nilai hasil pengujian diatas bahwa nilai dari t hitung variabel pelayanan yaitu $5,503 > 1,659$ yang berasal dari t tabel serta dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Kualitas produk pada PT Prima Labeling memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini bisa dilihat dari nilai hasil pengujian diatas bahwa nilai dari t hitung variabel kualitas produk yaitu $3,491 > 1,659$ yang berasal dari t tabel serta dengan nilai signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$.
3. Promosi pada PT Prima Labeling memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini bisa dilihat dari nilai hasil pengujian diatas bahwa nilai dari t hitung variabel promosi sebesar $3,338 > 1,659$ yang berasal dari t tabel dengan *score* signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$.
4. Ketiga variabel independen yaitu pelayanan, kualitas produk, dan promosi berpengaruh dengan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini

bisa dilihat dari hasil pengujian diatas bahwa hasil dari nilai F hitung yang sebesar $41,105 > 2,70$ dari nilai F tabel dan nilai signifikansinya yang sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Sesuai dengan hasil diatas, maka penulis memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Berlandaskan dengan penelitian yang telah dilakukan kali ini perusahaan dapat meningkatkan kualitas dari pelayanan, produk, dan promosi untuk menambahkan kepuasan pelanggan setianya serta bisa untuk melakukan beberapa survey setiap 6 bulan sekali untuk melihat seberapa puasnya pelanggan saat berbelanja diperusahaan.
2. Untuk peneliti pada penelitian berikutnya bisa melanjutkan variabel independent hingga indikator yang tidak dipakai pada penelitian ini yang lain selain dari variabel pelayanan, kualitas produk, dan promosi yang bisa mendorong variabel dependen kepuasan pelanggan seperti citra merek hingga harga serta untuk indikator dapat menambahkan promosi dalam bentuk digital dan lain-lain.
3. Hasil dari penelitian ini bisa dipakai menjadi panduan dan parameter untuk melakukan penelitian yang sama dimasa depan.
4. Penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan pada perusahaan lain untuk memenuhi kepuasan pelanggan akan produk yang ingin dijual dan demi meningkatkan kepuasan pelanggannya