

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Central Global sebagai berikut :

1. *R Square* menunjukkan bahwa 59,7% berarti variabel kualitas pelayanan, keragaman produk dan promosi, dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X1) nilai sig $0,010 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,646 > 1,984$. Ini berarti hipotesis pertama di terima yang menyatakan “kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
3. Berdasarkan uji t untuk variabel keragaman produk (X2) nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,162 > 1,984$. Ini berarti hipotesis kedua di terima yang menyatakan “keragaman produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
4. Berdasarkan uji t untuk variabel promosi (X3) nilai sig $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,151 > 1,984$. Ini berarti hipotesis ketiga diterima yang menyatakan “keragaman produk (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

5. Berdasarkan uji f untuk variabel kualitas pelayanan (X1), keragaman produk (X2) dan promosi (X3) diperoleh hasil nilai sig $0,011 < 0,05$ dan nilai f hitung $47,341 > 2,70$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), keragaman produk (X2), dan promosi (X3) secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, sebaiknya PT Central Global perlu memperhatikan beberapa item hasil yang telah diuji dalam penelitian ini, agar PT Central Global dapat mengevaluasi kembali kinerja karyawannya dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas serta memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen dalam berbelanja.
2. Keragaman produk memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Central Global. Variasi produk dalam perdagangan perlu diterapkan sebagai suatu strategi pemasaran, sehingga pedagang perlu memperhatikan variasi-variasi produk yang dijual seperti desain, warna, ukuran, dan lain sebagainya, karena hal tersebut dapat memikat konsumen untuk berbelanja di PT Central Global.
3. Untuk masalah promosi, pihak PT Central Global bisa melakukan inovasi dalam memberikan informasi tentang PT Central Global melalui berbagai

media seperti media sosial sebagai alat promosi karena informasi yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Penelitian selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian dengan meneliti variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.