

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berikut merupakan simpulan yang dapat diperoleh dari temuan penelitian yang dapat meliputi:

1. Keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta. Hasil tersebut diperoleh dari  $t$  hitung 2,724 lebih besar dari nilai  $t$  tabel (1,977) dan *Sig.* 0,007 dimana lebih kecil dari 0,05.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta. Hasil tersebut diperoleh dari  $t$  hitung 6.953 lebih besar dari nilai  $t$  tabel (1,977) dan *Sig.* 0,000 lebih kecil dari 0,05.
3. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta. Hasil tersebut diperoleh dari  $t$  hitung 4.053 lebih besar dari nilai  $t$  tabel (1,977) dan *Sig.* 0,000 lebih kecil dari 0,05.
4. Keragaman produk, kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta. Hasil tersebut diperoleh dari  $f$  hitung 81,437 lebih besar dari  $f$  tabel (2,67) dan *Sig.* 0,000 lebih kecil dari 0,05.

#### **5.2 Saran**

Berikut merupakan simpulan yang dapat diperoleh dari temuan penelitian yang dapat meliputi:

1. Diharapkan kepada PT Artha Jaya Semesta untuk terus dapat mempertahankan serta meningkatkan keragaman produk yang dijual hal ini bertujuan agar produk yang dijual dapat lebih beragam sehingga konsumen akan semakin banyak pilihan untuk memilih produk yang ingin dibeli yang akan berdampak terhadap kepuasan konsumen.
2. Diharapkan kepada PT Artha Jaya Semesta untuk terus dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk yang dijual hal ini bertujuan agar produk yang ditawarkan kepada konsumen memiliki kualitas produk dan daya tahan yang baik yang akan berdampak kepada kepuasan konsumen.
3. Diharapkan kepada PT Artha Jaya Semesta untuk terus dapat mempertahankan serta meningkatkan promosi yang diberikan kepada konsumen agar promosi yang diadakan semakin menarik dan dapat mendorong konsumen untuk membelinya sehingga akan berdampak kepada kepuasan konsumen.
4. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperluas serta menambahkan variabel yang baru dalam mempengaruhi kepuasan konsumen serta dapat memperluas jumlah responden. Agar hasil penelitian lebih menarik serta bervariasi.