

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. SIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Cabang Batam. Berdasarkan hasil uji t dengan nilai t- hitung  $>$  t-tabel ( $8,583 > 1,29007$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
2. Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Konsumen pada PT POS Indonesia Cabang Batam. Berdasarkan hasil uji t dengan nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $2,493 > t_{table} 1,29007$ ) dan nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$ .
3. Harga dan Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT POS Indonesia Cabang Batam. Berdasarkan hasil uji F dengan nilai F hitung  $>$  F tabel ( $75,238 > 2,70$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian rekomendasi yang dapat diberikan untuk penelitian yang akan datang sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan, variabel harga memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu bagi PT Pos

Indonesia Cabang Batam yang ingin meningkatkan kepuasan konsumen harus lebih memperhatikan harga misalnya harga yang bersaing dan masih terjangkau oleh konsumen harus dipertahankan dan untuk konsumen yang sudah sering bertransaksi bisa diberikan potongan harga agar lebih menarik konsumen.

2. Dari hasil penelitian yang dilakukan, variabel pelayanan memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu bagi PT Pos Indonesia Cabang Batam yang ingin meningkatkan kepuasan konsumen harus lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Misalnya mempertahankan kerapian dan keramahan karyawan, selalu tanggap dan bertanggung jawab dalam masalah yang timbul.
3. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga dan pelayanan sebesar 60,8% sisanya 39,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat menambah variabel variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen, misalnya kualitas produk, bauran pemasaran dan lainnya.