

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pada bagian ini akan disajikan hasil penelitian berupa kesimpulan dan saran dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT Vizta Alpha Prakarsa”. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya.

Kesimpulan yang dapat dituliskan sebagai berikut:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel promosi (10.913) lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} (1,653) atau nilai sig t (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel promosi, dengan demikian maka secara parsial variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Vizta Alpha Prakarsa. Promosi secara simultan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari nilai α 0,05) dan nilai F hitung sebesar 213.148 (lebih besar dari nilai F tabel 2,66).

2. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (5.408) lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} (1.653) atau nilai $sig\ t$ (0,000) lebih kecil dari α (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_2 diterima untuk variabel kualitas pelayanan, dengan demikian maka secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil statistik yang telah dikemukakan di atas menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di PT Vizta Alpha Prakarsa.
3. Promosi dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari nilai α 0,05) dan nilai F hitung sebesar 213.148 (lebih besar dari nilai F tabel 2,66).

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis membuat saran sebagai berikut:

1. Promosi hendaknya selalu diperhatikan dalam pasaran untuk menjaga semua promosi lebih efektif dari para pesaing lainnya.
2. Pihak perusahaan seharusnya memperhatikan kembali Promosi dan Kualitas pelayanan terutama menyangkut dengan kepuasan konsumen. Agar konsumen selalu membeli jasa karaoke di PT Vizta Alpha Prakarsa terus menerus.
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel lain seperti Lokasi, Citra Merek, Kepuasan pelayanan dan sebagainya.