

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Multi Harapan Bersama. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai t hitung sebesar $3,253 > t$ tabel $1,97810$ dengan tarif signifikansi $0,001 < \text{nilai } \alpha \text{ } 0,05$ yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Multi Harapan Bersama.
2. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Multi Harapan Bersama. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai t hitung sebesar $3,186 > t$ tabel $1,97810$ dengan tarif signifikansi $0,002 < \text{nilai } \alpha \text{ } 0,05$ yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Multi Harapan Bersama.
3. Harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Multi Harapan Bersama. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil f hitung sebesar $13,703 > f$ tabel $2,67$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < \text{nilai } \alpha \text{ } 0,05$ yang berarti harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Multi Harapan Bersama di kota Batam.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Pihak perusahaan perlu menjaga kestabilan harga agar terjangkau oleh masyarakat dan kemampuan masyarakat dikota Batam. Dengan harga yang terjangkau, maka PT Multi Harapan Bersama dapat memiliki pelanggan yang tetap dan penghasilan yang meningkat.
2. Diharapkan perusahaan memberikan pelatihan kepada para karyawannya agar karyawan tersebut dapat memberikan nilai lebih baik bagi para pelanggan sehingga pelanggan juga merasa lebih diperhatikan oleh karyawan perusahaan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain dengan harga dan kualitas pelayanan. Adapun beberapa variabel seperti kualitas produk, promosi, pelatihan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.