

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diselaraskan dengan hipotesis dan diuji pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,382 < 1,984$ dan nilai signifikan $0,170 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 1 ditolak.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,516 > 1,984$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima
3. Variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $47,668 > F$ tabel $2,68$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 3 diterima.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diambil maka saran yang dapat diajukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan SPO Oriflame harus memperhatikan kualitas pelayanan yang terdiri dari: *tangible* (bentuk fisik), *reability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap).
2. Hendaknya Oriflame sebaiknya memperhatikan dan mempertimbangkan harga produk yang ditetapkan, karena pelanggan menilai harga sesuai dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan.
3. Pihak Oriflame harus cepat dan tanggap menanggapi keluhan dari para pelanggan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara mengembangkan, sehingga dapat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian berikutnya dapat lebih sempurna yang berkaitan dengan variabel kepuasan pelanggan seperti keputusan pembelian, minat beli, dan lain-lain.