

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Dari hasil pembahasan tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Parit Padang Global di Kota Batam, maka diambil kesimpulan:

1. Dari hasil uji hipotesis (H1), hasil  $t$  menunjukkan bahwa  $t$  hitung dari kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar  $5,607 > t$  tabel sebesar  $1,9804$  dan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa memiliki pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada PT Parit Padang Global di Kota Batam diterima, yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada PT Parit Padang Global di Kota Batam ditolak.
2. Dari hasil uji hipotesis (H2), hasil  $t$  menunjukkan bahwa  $t$  hitung dari harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar  $-0,462 > t$  tabel sebesar  $1,9804$  dan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,645 < 0,05$  dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa memiliki pengaruh antara harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada PT Parit Padang Global di Kota Batam di tolak, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada PT Parit Padang Global di Kota Batam diterima.

3. Dari uji hipotesis (H3), hasil  $t$  menunjukkan bahwa  $t$  hitung dari promosi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar  $-0,152 > t$  tabel sebesar  $1,9804$  dan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,879 < 0,05$  dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa memiliki pengaruh antara promosi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada PT Parit Padang Global di Kota Batam ditolak, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antar promosi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada PT Parit Padang Global di Kota Batam diterima.
4. Dari hasil uji hipotesis (H4), hasil uji  $F$  menunjukkan bahwa nilai  $11,108 > F$  tabel  $2,68$  dan tarif signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil lain yang mendukung adalah bahwa hasil adjust R square sebesar  $20,4\%$ , hal ini menunjukkan  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dari hasil tersebut artinya hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima dan dinyatakan secara simultan antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada PT Parit Padang Global di Kota Batam.

## 5.2. Saran

Untuk pengembangan lebih lanjut, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Mengingat kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan pada PT Parit Padang Global di Kota Batam, maka pihak

manajemen dan pengelola perusahaan sebaiknya harus memperhatikan serta mempertahankan faktor kualitas pelayanan kepada pelanggan.

2. Bagi PT Parit Padang Global di Kota Batam mengingat variabel harga masih memiliki nilai yang rendah sehingga perlu di tingkatkan .
3. Bagi PT Parit Padang Global di Kota Batam mengingat variabel promosi masih memiliki nilai yang rendah sehingga perlu di tingkatkan
4. Hasil penelitian dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran untuk variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.