

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai dengan apa yang sudah di teliti dan dibahas pada bab sebelumnya, penulis menuliskan berbagai macam kesimpulan yaitu:

1. Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sellindo Global Pratama. Penelitian ini bisa dibuktikan berlandaskan hasil uji t parsial yang diteliti oleh peneliti, oleh karena itu bisa dipastikan akan diterimanya hipotesis yang pertama.
2. Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sellindo Global Pratama. Penelitian ini bisa dibuktikan berlandaskan hasil uji t parsial yang diteliti oleh peneliti, maka dari itu bisa dipastikan akan diterimanya hipotesis yang kedua.
3. Promosi dan Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sellindo Global Pratama. Kesimpulan hipotesis yang ketiga yang ada di penelitian ini dapat diterima dikarenakan hasil penelitian dapat terbukti melalui uji F yang di lakukan.

5.2 Saran

Sesuai dengan kesimpulan yang sudah disampaikan oleh peneliti pada sebelumnya, peneliti menyuguhkan beberapa saran untuk memperbaiki penelitian dimasa yang kelak akan datang yaitu:

1. Promosi ialah cara yang tepat untuk melakukan hubungan dengan pelanggan, dengan menerapkan sosialisasi keseluruhan pelanggan dengan mengedarkan pemberitahuan mengenai promosi yang diselenggarakan oleh PT Sellindo Global Pratama agar kelak pelanggan memahami informasi tersebut untuk melaksanakan transaksi.
2. Kelak PT Sellindo Global Pratama menyuguhkan pelayanan terkemuka untuk pelanggan maupun calon pelanggan biar terasa aman dan pelanggan akan selalu puas dan pelayanan yang disuguhkan akan selalu bertransaksi kembali di PT Sellindo Global Pratama.
3. Disarankan untuk calon peneliti selanjutnya yang kelak ingin meneruskan penelitian ini, agar dapast mencari faktor asing yang memengaruhi Kepuasan Pelanggan selain faktor yang telah di kerjakan oleh penulis dalam penelitian ini.