

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa penelitian menunjukkan beberapa hasil temuan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Card CV INDIRA CREATIVE*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung  $(0,000) < 0,05$ .
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Card CV INDIRA CREATIVE*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung  $(0,003) < 0,05$ .
3. Promosi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Card CV INDIRA CREATIVE*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung  $(0,249) > 0,05$ .
4. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Card CV INDIRA CREATIVE*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig uji F  $(0,000) < 0,05$ .
5. Berdasarkan besarnya koefisien beta, maka pengaruh paling dominan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah pengaruh variabel kualitas pelayanan karena koefisien betanya (*Standardized Coefficients*) paling besar dibandingkan lainnya yaitu 0,525.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Agar CV INDIRA CREATIVE tetap dapat mempertahankan ataupun meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara lebih memperhatikan lagi kualitas pelayanan karena berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Walaupun promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun promosi harus tetap dilakukan dan bahkan ditingkatkan karena memiliki kecenderungan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, CV INDIRA CREATIVE bisa memanfaatkan kemudahan dalam hal penggunaan media sosial. Karena pertumbuhan pengguna media sosial semakin meningkat dari waktu ke waktu dan berpotensi tinggi untuk meningkatkan dan mengembangkan pertumbuhan usaha CV INDIRA CREATIVE.
4. Untuk promosi yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, pelaku usaha harus memperhatikan daya tarik media promosi itu agar lebih bisa membuat konsumen tertarik dan berminat terhadap produk yang dijual, selain itu juga harus memperhatikan pemahaman dari isi pesan promosi produk *Wedding Card* CV INDIRA CREATIVE agar isi

pesan dari iklan tersebut lebih singkat, padat, jelas dan mudah dipahami oleh konsumen.