

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui pada variable kualitas produk dan kualitas pelayanan bahwa nilai F tabel sebesar 2,31. Karena nilai F hitung 1,776 lebih kecil dari nilai F tabel 2,31. Sehingga hipotesis ditolak, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan konsumen.

Diketahui pada variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan bahwa nilai R^2 sebesar 0,070 atau 7%, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas kualitas produk dan kualitas pelayanan hanya memiliki sedikit pengaruh sebesar 7% terhadap variabel terikat kepuasan konsumen. Sedangkan 93% dipengaruhi oleh variabel lain.

5.1.1 Pengaruh masing-masing dari variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen sebagai berikut:

5.1.1.1 Diketahui nilai Sign 0,323 > 0,05. Sehingga kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

5.1.1.2 Diketahui nilai Sign 0,181 > 0,05. Sehingga kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

5.1.1.3 Pada hasil statistik indikator kualitas produksi diketahui P5 memiliki mean terkecil sebesar 3,48 yaitu menurut pendapat responden bentuk (*form*) meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk pada alfamart ini masih belum sesuai dengan kebutuhan konsumen.

5.1.1.4 Pada hasil statistik indikator kualitas pelayanan diketahui P4 memiliki mean terkecil sebesar 3,92 yaitu kurangnya rasa empati yang baik dalam memberikan informasi dan perhatian terhadap konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis mempunyai beberapa saran kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini.

- 5.2.1 Diketahui kualitas produksi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Dari uji t diketahui nilai Sign $0,323 > 0,05$. Sehingga kualitas produksi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada hasil statistik indikator kualitas produksi diketahui P5 memiliki mean terkecil sebesar 3,48 yaitu menurut pendapat responden bentuk (form) meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk pada alfamart ini masih belum sesuai dengan kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu perusahaan sebaiknya mengatasi kelemahan pada indikator P5 pada variabel kualitas produksi dengan perusahaan melakukan P3 dengan mean terbesar 4,06 yaitu meningkatkan (style) penampilan dan rasa pada produk agar lebih menarik bagi konsumen.
- 5.2.2 Diketahui kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Dari uji t diketahui nilai Sign $0,181 > 0,05$. Sehingga kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada hasil statistik indikator kualitas pelayanan diketahui P4 memiliki mean terkecil sebesar 3,92 yaitu kurangnya rasa empaty yang baik dalam memberikan informasi dan perhatian terhadap konsumen. Oleh sebab itu perusahaan sebaiknya mengatasi kelemahan pada indikator P4 pada variabel kualitas pelayanan dengan perusahaan melakukan P1 dengan mean terbesar 4,40 yaitu meningkatkan kehandalan karyawan pada alfamart dalam memberikan pelayanan yang meliputi ketepatan waktu, kesiapaan saat diperlukan dan ketrampilan dalam menguasai tugas.