

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diketahui nilai sign. $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $6.726 > 2.366$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 atau Lokasi terhadap Y yaitu kepuasan konsumen.
2. Diketahui nilai sign. $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $7.142 > 2.366$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 yaitu Kualitas Produk terhadap Y atau kepuasan konsumen.
3. Diketahui nilai sign. $0.756 > 0.05$ dan nilai t hitung $9.856 < 2.366$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 yaitu kualitas pelayanan terhadap Y atau kepuasan konsumen.
4. Lokasi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pasar tradisional pasar Ngemplak, temple, Sleman. Hal ini berarti bahwa semakin baik Lokasi, Kualitas produk dan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen pasar Ngemplak.

5. Dari tabel hasil uji t, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Beta sebesar 0.492 ditunjukkan pada variabel Lokasi. Hal ini membuktikan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah lokasi. Lokasi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dibandingkan kualitas produk dan kualitas pelayanan

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini diusahakan dan dilakukan dengan prosedur ilmiah, akan tetapi masih memiliki keterbatasan, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan masih banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak yang terkait :

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel Lokasi, ditunjukkan bahwa salah satu penilaian yang belum sesuai dengan harapan konsumen adalah tersedianya lahan parkir yang luas di pasar Ngemplak. Untuk itu disarankan kepada ketua pasar atau organisasi untuk lebih memperhatikan hal ini supaya kepuasan konsumen lebih meningkat dan

lebih nyaman saat berkunjung ke pasar Ngemplak, dengan adanya parkir luas juga bisa menjadi salah satu upaya untuk menjaga jarak guna memutus rantai penularan Covid-19.

2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel Kualitas Produk, ditunjukkan bahwa salah satu penilaian yang belum sesuai dengan harapan konsumen adalah pedagang menerima keluhan konsumen terhadap produk yang dijual di kiosnya yang berada di pasar Ngemplak, maka disarankan untuk lebih memperhatikan produk yang ada di kios karena hal ini sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Dengan menerima keluhan konsumen, Pedagang akan lebih tahu kualitas produk yang dijualnya.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel Kualitas Pelayanan, ditunjukkan bahwa salah satu penilaian yang belum sesuai dengan harapan konsumen adalah pedagang melayani dengan sepenuh hati mendapatkan nilai paling rendah walaupun masih dalam kategori baik, akan tetapi perlu diperhatikan demi kenyamanan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen. Dari variabel ini juga terdapat penilaian yang kurang dari konsumen adalah Pedagang selalu menggunakan masker saat melayani, maka disarankan hal ini untuk lebih diperhatikan mengingat kondisi pandemic Covid-19 yang mana dengan upaya ini dapat memutus penyebaran virus.