

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan uraian dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil uji t (parsial) variabel promosi menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.802 > 1.966$ dan nilai sig. sebesar $0.005 < 0.05$ yang artinya variabel promosi secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Produk iPhone di Renan *Store* Cabang Bogor. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis H1 terbukti.
2. Hasil uji t (parsial) variabel kualitas produk menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4.424 > 1.966$ dan nilai sig. sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Produk iPhone di Renan *Store* Cabang Bogor. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis H2 terbukti.
3. Hasil uji t (parsial) variabel kualitas pelayanan menunjukan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $8.598 > 1.966$ dan nilai sig. $0.000 < 0.05$ yang artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Produk iPhone di Renan *Store* Cabang Bogor. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis H3 terbukti.
4. Hasil uji F (anova atau simultan) menunjukkan bahwa variabel promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $156.783 > 2.628$ yang artinya variabel promosi, kualitas produk, dan

kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Produk iPhone di Renan *Store* Cabang Bogor. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis H4 terbukti.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti memberikan saran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Renan *Store* Cabang Bogor yang terbagi menjadi beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan

- a. Memberikan pelayanan yang cepat tanggap agar pelanggan tidak menunggu terlalu lama. Selain itu lebih memperhatikan kebersihan ruangan, setidaknya membersihkan ruangan sehari dua kali agar pelanggan merasa nyaman dengan toko Renan *Store* Cabang Bogor.
- b. Produk Renan *Store* Cabang Bogor kualitasnya sudah terjamin, walaupun barang *Second* tapi memiliki kualitas tangan pertama dan bukan barang rekondisi. Yang perlu diperhatikan sebelum menjual produk sebaiknya mengganti baterai terlebih dahulu, agar penggunaan produk dapat bertahan lama. Selain itu menambahkan *water proof* pada produknya, agar produk dapat bertahan terhadap air dan tidak mudah rusak. Dan terakhir mengganti *LCD* lama dengan yang baru agar resolusi produk yang dijual memiliki kecerahan yang jernih.

- c. Promosi yang perlu dilakukan Renan *Store* Cabang Bogor bisa dengan membuat promosi *bundle* terhadap produk yang akan dijual, seperti *bundle* iPhone dengan earphone atau *power bank* atau dengan kartu perdana yang sudah diisi kuota gratis selama tiga bulan. Dan waktu promosi bisa dilakukan tiga kali dalam sebulan, dalam tiga kali sebulan ini harus ada waktu promosi di tanggal cantik seperti 1.1 atau 2.2.

2. Bagi Pihak Akademis

Demi keberlangsungan kemajuan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan variabel-variabel lain (persepsi harga, *word of mouth*, *brand image*, lokasi, dan persepsi kualitas) diluar variabel yang sudah diteliti pada penelitian ini (promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan) agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.