

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan sebagaimana tergambar pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 3,954 > 1,984$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Hal ini membuktikan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada *Standardized Coefficients Beta* = 0.302 atau sama dengan 30,2%.
2. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 7,096 > 1,984$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Hal ini membuktikan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada *Standardized Coefficients Beta* = 0.543 atau sama dengan 54,3%.
3. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 43,386 > 3,09$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Hal ini membuktikan bahwa variabel Harga (X1) dan variabel Kualitas Produk (X2) secara bersama (simultan) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel Kepuasan

Pelanggan (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* pada *model summary* = 0.461 atau setara dengan 46,1% sedangkan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat disampaikan saran-saran kepada Mama Roz Cold Press juice sebagai berikut:

1. Mempertahankan kestabilan harga agar tingkat kepuasan pelanggan dapat terjaga dengan baik, sehingga pelanggan tidak akan berpindah ke brand lain yang sejenis.
2. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk, karena memiliki nilai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya menjadikan pelanggan loyal terhadap perusahaan.
3. Menjaga kestabilan harga serta meningkatkan kualitas produk sehingga kepuasan pelanggan akan terpenuhi dan terjaga sepanjang waktu. Namun hasil penelitian menunjukkan sebesar 53,9% dipengaruhi faktor lain, maka perlu juga memperhatikan variabel-variabel lain yang tidak menjadi objek penelitian ini.