

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data penelitian dan pembahasan sebagaimana tergambar pada BAB IV, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis antara variabel pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen (Y).  $t_{hitung} = 3.622$ ,  $t_{tabel} = 1.984$  dan  $sig(p) = 0,000$  Dimana  $p = 0.000 < 0,05$ , yang artinya berpengaruh signifikan, **Maka Ho ditolak Ha diterima.**
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis antara variabel Harga ( $X_2$ ) dan Kepuasan Konsumen (Y).  $t_{hitung} = 5.759$ ,  $t_{tabel} = 1.984$  dan  $sig(p) = 0,000$  Dimana  $p = 0.000 < 0,05$ , yang artinya berpengaruh signifikan, **Maka Ho ditolak Ha diterima.**
3. Berdasarkan Uji F secara simultan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) memiliki pengaruh signifikan dimana diperoleh angka  $sig = 0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien determinasi 37.94%, **Maka Ho ditolak Ha diterima.**

## **B. Saran**

Berdasarkan analisa data pembahasan pada bab sebelumnya, maka saran dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi pedagang jajanan kaki lima di pasar lama kota Tangerang diharapkan untuk lebih meningkatkan kreativitas dan melakukan inovasi terhadap pelayanan atau harga yang dijual agar konsumen nyaman dan menarik minat konsumen untuk berbelanja dan menciptakan kelayaitasan konsumen.
2. Bagi peneliti lain yang hendak melakukan atau melanjutkan penelitian ini, diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor yang lain diluar dari variabel dalam penelitian ini. Disarankan agar menambahkan sampel penelitian dan mengembangkan subjek penelitian agar cangkupannya lebih luas tidak hanya di satu tempat.
3. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa kedua variabel independen berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen oleh sebab itu penjual atau pedagang jajanan kaki lima di pasar lama kota Tangerang harus tetap menjaga harga produk dan pelayanan agar kenyamanan dan kepercayaan konsumen tetap terjaga terhadap produk yang dijual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Praktik Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, imam, 2016 . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS Cetakan ke-8 Semarang* : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development)*. Cetakan ke-4. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2018. *Metode Penelitian EVALUASI (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1-18.

- Tjiptono Fandy. 2012. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Andi. 2014. Pemasaran Jasa, Yogyakarta: Andi. 2015. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penarapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- TEGOR, S., ALPINO SUSANTO, S. P., TOGATOROP, V., SULIVYO, L., SE, M., Siswanto, L. C. D. J., & SE, M. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Penerbit Lakeisha.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : ANDI 2017. Pemasaran Jasa. Bayumedia: Malang.