

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang sudah dilakukan, maka diperoleh simpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Promosi Penjualan (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) secara keseluruhan/simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini dibuktikan dengan Uji F sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($118,679 > 2,67$). Adapun rumus persamaan regresi $Y = 5,102 + 0,274PP + 0,090KP + 0,440PH$ dari persamaan tersebut bahwa promosi penjualan, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik nilai regresi maka semakin baik penambahan tingkat kepuasan konsumen.
2. Variabel Promosi Penjualan (X1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai T hitung $>$ T tabel sebesar ($4,822 > 1,97$).
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai T hitung $>$ T tabel sebesar ($2,670 > 1,97$).
4. Variabel Persepsi Harga (X3) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai T hitung $>$ T tabel sebesar ($8,640 > 1,97$).