

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dari hasil analisis diskriptif karakteristik responden mayoritas adalah perempuan yaitu sebesar 78.13% ; usia 29-39 tahun sebesar 52.08% ; berpendidikan terakhir S1 yaitu sebesar 41.67% ; pekerjaan sebagai pegawai swasta sebesar 40.63% ; mempunyai penghasilan sebesar Rp. 1.501.000-2.000.000 sebesar 33.33% ; mengetahui Pamella 3 dari keluarga sebesar 70.83% ; berbelanja di Pamella 3 dalam sebulan sebanyak 3-6 kali sebesar 75%.
- b. Terdapat pengaruh yang positif secara parsial maupun secara bersama-sama antara kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut :

- Berdasarkan persamaan regresi linier berganda:

$$Y1 = 0,163 + 0,170X1 + 0,118X2 + 0,208X3 + 0,142X4 + 0,179X5 + 0,197X6$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan bahwa dimensi tangibles berpengaruh positif sebesar 0.170. Dimensi reliability berpengaruh positif sebesar 0.118. Dimensi responsiveness berpengaruh positif sebesar 0.208. Dimensi assurance berpengaruh positif sebesar 0.142. Dimensi empathy berpengaruh positif sebesar 0.179. Dan variable harga berpengaruh secara positif sebesar 0.197.

- Berdasarkan hasil korelasi berganda (R) sebesar 0.923 yang menandakan hubungan antar variabel berada kategori yang baik atau positif. Artinya

bahwa rata-rata setiap terjadi peningkatan pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga maka kepuasan konsumen akan juga meningkat.

- Berdasarkan hasil koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0.852 yang berarti variabel independent secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependent sebesar 85.2% sisanya 14.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini misalnya seperti promosi, lokasi, brand image, dll.

c. Terdapat pengaruh yang positif secara parsial maupun bersama-sama antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen sebagai berikut:

- Berdasarkan persamaan regresi linier berganda:

$$Y_2 = 0,371 + 0,108X_1 + 0,080X_2 + 0,096X_3 + 0,116X_4 + 0,275X_5 + 0,177X_6 + 0,261Y_1$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan bahwa dimensi tangibles berpengaruh positif sebesar 0.108. dimensi reliability berpengaruh positif sebesar 0.080. dimensi responsiveness berpengaruh positif sebesar 0.096. dimensi assurance berpengaruh positif sebesar 0.116. dimensi empathy berpengaruh positif sebesar 0.275. variabel harga berpengaruh positif sebesar 0.177. variabel kepuasan berpengaruh positif sebesar 0.261.

- Berdasarkan hasil korelasi berganda ( $R$ ) sebesar 0.973 yang menandakan hubungan antar variabel berada kategori yang baik atau positif. Artinya bahwa rata-rata setiap terjadi peningkatan pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga maka kepuasan konsumen akan juga meningkat.

- Berdasarkan hasil koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0.946 yang berarti variabel independent secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependent sebesar 94.6% sisanya 5.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini misalnya seperti promosi, lokasi, brand image, dll.

## 5.2 Saran

Dari hasil analisis data, saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Karyawan perlu meningkatkan kerapian dan keseragaman dalam berpakaian saat bekerja supaya terlihat bersih dan rapi sehingga konsumen merasa bahwa karyawan bersungguh-sungguh dalam bekerja.
2. Karyawan perlu diberikan pelatihan lagi supaya dalam melayani dan membantu konsumen dapat lebih akurat dan professional.
3. Meningkatkan kesigapan karyawan dalam merespon dan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan memberikan pelatihan supaya konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan di Pamella 3.
4. Keamanan dalam melakukan transaksi sebaiknya perlu ditingkatkan dengan menjaga kerahasiaan konsumen dengan lebih baik lagi supaya konsumen merasa aman saat melakukan pembayaran di Pamella 3.
5. Dalam berkomunikasi dan menyampaikan informasi kepada konsumen sebaiknya menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh konsumen sehingga konsumen paham dengan informasi yang disampaikan agar tercipta komunikasi yang baik.
6. Harga produk yang ditawarkan sudah terbilang cukup murah dan dapat bersaing namun, kualitas produk juga perlu dilengkapi dengan produk berkualitas

mengingat kosnumen di Pamella 3 tidak hanya dari golongan menengah  
kebawah saja tetapi banyak juga yang dari golongan menengah keatas.

