

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah didapatkan peneliti dari hasil penelitian, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis deskriptif tentang gambaran umum produk, harga, promosi, dan kepuasan konsumen termasuk dalam kategori Tinggi. Hal ini dibuktikan dari skor rata-rata variabel yang berada pada interval 3,41 – 4,20. Sedangkan variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen masuk dalam kategori Sedang yang berada pada interval 2,61 – 3,40.
2. Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang. Hal ini ditunjukkan berdasarkan perhitungan kuantitatif yang mana variabel produk menghasilkan  $t_{hitung}$  sebesar 3,669 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,971 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.
3. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang. Hal ini ditunjukkan berdasarkan perhitungan kuantitatif yang mana variabel harga menghasilkan  $t_{hitung}$  sebesar 27,658 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,971 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

4. Lokasi secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang. Hal tersebut berdasarkan perhitungan kuantitatif yang mana variabel lokasi menghasilkan  $t_{hitung}$  sebesar 1,641 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,971 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih besar dari 0,05.
5. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang. Hal tersebut berdasarkan perhitungan kuantitatif yang mana variabel promosi menghasilkan  $t_{hitung}$  sebesar 5,125 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,971 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.
6. Produk, harga, lokasi, dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan Uji F responden menunjukkan bahwa  $f_{hitung}$  sebesar 3,376 lebih besar dari  $f_{tabel}$  2,42 dan nilai signifikansi 0,011 lebih besar dari 0,05.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diambil, maka peneliti dapat mengemukakan saran sebagai berikut :

### 1. Bagi *dealer* Yamaha Kota Pangkalpinang

Produk, harga, lokasi, dan promosi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Produsen motor merek Yamaha harus bisa mempertahankan mutu dan keunggulan produknya, dengan meningkatkan inovasi-inovasinya. Peningkatan mutu produk di sini meliputi segala segi baik dalam desain model yang menarik, mesin yang mudah perawatannya dan

kehematan dalam konsumsi bahan bakar. Dari segi non-produk, produsen harus bisa mempertahankan citra dan persepsi yang baik terhadap produk, memberikan perhatian kepada distributor-distributor, dan memberikan pelayanan pasca jual yang baik dan bermanfaat bagi konsumen.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan instrumen yang berbeda, penelitian tersebut kemudian dikembangkan lagi dengan menambah dimensi atau indikator pada kuesioner. Selain itu, peneliti dapat menambah variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, misalnya variabel 7P ( *Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence* ), emosional, kualitas pelayanan, serta variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penulis juga berharap agar peneliti selanjutnya lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik, selain itu ditunjang pula dengan adanya wawancara dari sumber yang kompeten dalam kajian variabel yang diteliti.