

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh parsial harga terhadap kepuasan konsumen PT GSSI. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2.012 dengan nilai signifikansi 0,384 dan koefisien regresi (b_1) sebesar 0,033. Karena nilai signifikansi kurang dari 0.05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen PT GSSI.
2. Tidak terdapat pengaruh parsial kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di PT GSSI dikarenakan nilai t hitung sebesar 7.333 dengan nilai signifikansi 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan tidak mempunyai pengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan konsumen PT GSSI.
3. Terdapat pengaruh bahwa harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PT GSSI. Hal ini berdasarkan hasil pengujian analisis regresi ganda diperoleh harga F hitung sebesar 28,155 dengan signifikansi 0,000. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,497. Nilai tersebut berarti 70,5% perubahan variabel kepuasan konsumen dapat diterangkan oleh perubahan variabel harga dan kualitas layanan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 29,5% dipengaruhi oleh faktor – faktor variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Disini harga merupakan salah satu masalah bagi PT GSSI karena persaingan diskon maupun *pressing* dari kompetitor sangatlah memberikan pengaruh besar karena semakin tinggi diskon yang di berikan oleh distributor lain maka dari hal tersebut PT GSSI hendaknya ikut serta dalam persaingan harga tersebut agar pihak konsumen atau ritel toko order ke distributor PT GSSI.
2. Meskipun kualitas layanan tidak berpengaruh secara parsial namun tidak menutup kemungkinan hal tersebut perlu di perhatikan oleh PT GSSI. Oleh karena itu PT GSSI tetap menjaga maupun meningkatkan kualitas layanan di semua konsumen baik ritel maupun projek.
3. Untuk memenuhi kebutuhan yang saling berdampingan antara harga dan kualitas layanan pada PT GSSI harus mengikuti trend di pasaran secara berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan pasar.