

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan , maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian kuantitatif disimpulkan konsumen dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebanyak 64 orang atau 64%, berusia 20-30 tahun sebanyak 33 orang atau 33%, dengan karakteristik wiraswasta sebanyak 33%, dan memiliki karakteristik ibu rumah tangga lain lainnya sebanyak 42 orang atau 42%.
2. Dari hasil Uji F yang dilakukan yaitu hasil pengujian bersama sama diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel persepsi nilai, persepsi kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan pelanggan, karena $F_{hitung} 35.565 > F_{tabel} 2,70$ dengan signifikansi $0.000 < 0,05$.
3. Berdasarkan uji t disimpulkan sebagai berikut :
 - a. Pengaruh persepsi nilai (X_1) terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} 3,008 < -1,984$ dengan nilai signifikan $0,003 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat pengaruh negatif dan signifikan persepsi nilai terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Pengaruh persepsi kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} -0,668 < 1,984$ dengan nilai signifikan $0,506 > 0,05$

yang berarti terdapat pengaruh negatif dan signifikan persepsi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

- c. Pengaruh desain produk (X_3) terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} 2,885 > 1,984$ dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan desain produk terhadap kepuasan pelanggan.

5.2. Saran

Peneliti memberikan beberapa saran yang dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan agar PT. Benteng Motor Honda Medan semakin unggul dan mampu bersaing dengan bisnis usaha Shaoroom lainnya khususnya daerah Medan.

1. Dalam hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel persepsi nilai, persepsi kualitas produk dan desain produk saja yang dapat meningkatkan faktor kepuasan pelanggan tetapi masih banyak faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peneliti memberikan saran agar dapat dikembangkan lagi model penelitian ini untuk menambahkan beberapa permasalahan yang dapat ditemukan ditempat penelitian.
2. Dilihat dari penelitian ini adanya jawaban pelanggan mengenai persepsi nilai yang ada di PT. Benteng Motor Honda Medan mengenai ketepatan dan kecepatan pelayanan yang ada di PT. Benteng Motor Honda Medan masih belum maksimal untuk kepuasan pelanggan. Dalam hal ini perlu diperhatikan dan dipertimbangkan bagaimana persepsi nilai yang ada di PT. Benteng

Motor Honda Medan dalam hal ketepatan dan kecepatan pelayanan dalam melayani pelanggan untuk diperbaiki.

3. Kepada Pihak PT. Benteng Motor Honda Medan disarankan juga untuk menjaga tingkat kenyamanan pelanggan berupa suasana dan ramah kepada pelanggan yang ada di PT. Benteng Motor Honda Medan. Beberapa pendapat mengenai desain produk yang ada di PT. Benteng Motor Honda Medan pelanggan merasakan adanya ketidakpuasan mengenai keramahan dalam menghadapi pelanggan yang ada di PT. Benteng Motor Honda dikarenakan faktor kurangnya pengalaman dan pengetahuan teknisi, disarankan kepada pihak PT. Benteng Motor Honda Medan untuk menambahkan karyawan yang berpengalaman dengan upaya untuk membuat pelanggan betah dan nyaman di dalam PT. Benteng Motor Honda dan merasakan kepuasan terhadap PT. Benteng Motor Honda Medan.
4. Kepada pihak PT. Benteng Motor Honda Medan sebaiknya menyediakan desain produk terbaru, dikarenakan adanya pendapat ataupun jawaban pelanggan mengenai desain produk yang berhubungan dengan desain yang ada di PT. Benteng Motor Honda Medan adanya yang mengurangi tingkat kepuasan pelanggan dikarenakan desain motor tergolong tidak pembaharuan atau keluaran yang baru.

