

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dalam menganalisa data, maka hasil yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = 0.696 + 0.298 X_1 + 0.254 X_2 + 0.182 X_3$$

- b. Nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0.912. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas seperti Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) memberikan pengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 91.2 % (tingkat pengaruh sangat kuat).
- c. Harga (X_1) memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Happydays Laundry di Surabaya, dimana dapat dilihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.620 > 1.993$ dan tingkat signifikansi $0.011 < 0.05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- d. Kualitas produk (X_2) memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Happydays Laundry di Surabaya, dimana dapat dilihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.757 > 1.993$ dan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima.
- e. Kualitas pelayanan (X_3) memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Happydays Laundry di Surabaya, dimana dapat dilihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.507 > 1.993$ dan tingkat signifikansi $0.014 < 0.05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.
- f. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, hasilnya menunjukkan bahwa harga dapat disimpulkan sebagai variabel yang paling berpengaruh, karena mendapat nilai koefisien regresi terbesar dari variabel lain, yaitu dilihat dari kolom *Unstandardized Coefficient* (B) sebesar 0.298.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka dapat dikembangkan beberapa saran sebagai berikut :

- a. Ketentuan mengenai konsumen yang bisa dijadikan sebagai member pada Happydays Laundry itu adalah jangan hanya dari suatu instansi saja, melainkan juga harus berlaku untuk umum (reguler). Karena setiap konsumen pasti menginginkan adanya potongan harga yang lebih besar dari potongan harga sebelumnya. Cara yang harus dilakukan oleh Happydays Laundry adalah menerapkan ketentuan bahwa jika konsumen A mampu merekomendasikan konsumen baru sesuai ketentuan, maka konsumen A tersebut akan mendapatkan tambahan potongan harga. Ketentuannya adalah sebagai berikut :
 1. Jika konsumen A mampu merekomendasikan 1-3 orang pelanggan baru, maka akan mendapat tambahan potongan harga sebesar 5%.
 2. Merekomendasikan 3-5 orang pelanggan baru, akan mendapat tambahan potongan harga sebesar 10 %.
 3. Jika lebih dari 5 orang yang direkomendasikan, maka akan mendapatkan tambahan potongan harga sebesar 15 %
- b. Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel penelitian lainnya yang belum termasuk dalam penelitian ini, karena dari hasil penelitian yang telah dilakukan saat ini, masih terdapat 8,8% yang berasal dan dipengaruhi oleh variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Assuari, Sofjan, 2014. *Operational Strategic (Lean Operation Process)*, Edisi 1, Cetakan Ke-1, Rajawali Pers, Jakarta.
- Brahmana, *et., al*, (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Universitas Kristen Petra. Vol 2. No. 1 November (1-9).
- Ferdinand, Augusty, 2013. *Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen)*, Edisi 2, BPUNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan Keempat, BPUNDIP, Semarang.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Gultom, Tonny Sopan Sofian, *et., al* (2014). Pengaruh Merek, Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pembelian Produk AQUA, *JIPMB*, Volume 1, Issue 1, November 2014.
- Haming, Murdifin dan Mahfud Nurnajamuddin, 2014. *Manajemen Produksi Modern (Operasi Manufaktur dan Jasa)*, Edisi Ketiga, Cetakan Pertama, Bumi Aksara, Jakarta.
- Haromain, Imam dan Heru Suprihhadi, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Ahass Z618, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, STIESIA. Vol 5. No. 5 Mei (1-17).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Laksana, Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Manampiring, Andreas, *et., al*, (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri TBK. Manado, *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol 4. No. 2 Juni (164-176).

- Mongkaren, Steffy (2013). Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado, *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol 1. No. 4 Desember (493-503).
- Mursid, M, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Ke-6, BUMI AKSARA, Jakarta.
- Nitisusastro, Mulyadi, 2013. *Perilaku Konsumen (Dalam Perspektif Kewirausahaan)*, Cetakan Kedua, ALFABETA, Bandung.
- Oentoro, Deliyanti, 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*, Cetakan Pertama, LaksBang PRESSindo, Yogyakarta.
- Priyatno, Duwi, 2010. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Jakarta.
- _____, 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, CV. ANDI, Yogyakarta.
- Ruusen, Faine Phoebby, et., al, (2014). Kualitas Pelayanan, Promosi dan After Sales Service Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda pada PT. Nusantara Surya Sakti di Amurang, *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol 2. No. 3 September (1603-1613).
- Siregar, Syofian, 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Edisi 1, Cetakan Kedua, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi)*, Edisi I, CV. ANDI, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan Ke-17, ALFABETA, Bandung.
- Suharyadi dan Purwanto, 2009. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sumarwan, Ujang, et., al, 2009. *Pemasaran Strategik (Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam Penciptaan Nilai Bagi Pemegang Saham)*, Edisi Pertama, Inti Prima Promosindo, Jakarta.
- Sunyoto, Danang, 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, CAPS, Yogyakarta.
- _____, 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*, Cetakan Pertama, CAPS, Yogyakarta.

Supranto, Johannes dan Nandan Limakrisna, 2011. *Pemasaran untuk Pemimpin Sektor Publik dan Organisasi Nirlaba yang Visioner*, Jilid 1, Salemba Empat, Jakarta.

Syukron, Amin, 2014. *Pengantar Manajemen Industri*, Cetakan Ke I, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2008. *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima)*, Edisi I, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Global (Konteks Offline & Online)*, Edisi 1, Cetakan Pertama, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

_____, 2012. *Pemasaran Strategik*, Edisi 2, CV. ANDI, Yogyakarta.

Utami, Christina Whidya, 2010. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia)*, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.

Wahjono, Sentot Imam, 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Wahyuni, Hana Catur, et., al, 2015. *Pengendalian Kualitas (Aplikasi pada Industri Jasa dan Manufaktur Lean, Sig Sigma dan Servqual)*, Cetakan Pertama, GRAHA ILMU, Yogyakarta.

Wijaya, Tony, 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*, Cetakan Ke-1, PT. INDEKS, Jakarta Barat.

Wood, Ivonne, 2009. *Layanan Pelanggan (Cara Praktis, Murah dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.



