

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen IM3 Di Wilayah Kota Surabaya” maka dapat disimpulkan :

1. Berdasarkan Uji F dapat diterangkan bahwa variabel X_1 (Fasilitas Produk) dan X_2 (Harga) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). Hal ini diperkuat dari nilai F hitung model sebesar 162,195 sedangkan F tabel sebesar 3,96.
2. Berdasarkan Uji t dapat diterangkan bahwa variabel Y dengan variabel X_1 (Fasilitas Produk) terjadi korelasi dalam hal variabel independen lainnya dikontrol. Begitupun dengan variabel X_2 (Harga). Dari uji parsial $X_1 = 0,593$ lebih besar dari pada $X_2 = 0,422$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel X_1 (Fasilitas Produk) mempunyai pengaruh yang dominan.
3. Berdasarkan nilai koefisien X determinasi didapat angka sebesar 0,804 yang berarti bahwa 80,4 % variasi dari variabel Y (Kepuasan Konsumen) dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel X_1 (Fasilitas Produk) dan X_2 (Harga).
4. Dari nilai korelasi berganda (R) sebesar 0,897 (nilai yang besar karena diatas 0,5). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Y (Kepuasan Konsumen) dengan variabel – variabel independennya adalah kuat.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT.INDOSAT (Khususnya produk IM3) .

Dengan adanya hasil dari penelitian ini, diharapkan PT.Indosat dapat mempertahankan fasilitas produk dan harga. Nantinya PT.Indosat dapat melakukan perbaikan – perbaikan pada fasilitas produk (faktor dominan yang berpengaruh, menurut hasil penelitian) sehingga konsumen IM3 mendapatkan kepuasan.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

Dengan adanya hasil dari penelitian ini, diharapkan peneliti selanjutnya memasukkan indikator – indikator lainnya sehingga menjadi lebih baik.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ariestonandri, Prima. 2006, *Marketing Research for Beginner*, Andi, Yogyakarta.
- Irianto, Agus, 2004, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Prenada Media, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1995, *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, Pengendalian)*, edisi Indonesia, Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium I*, PT. Prehalindo, Jakarta.
- Pabudu Tika, Mohammad, 2006, *Metodologi Riset Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Prihadi Utomo, Yuni, 2007, *Eksplorasi Data dan Analisis Regresi dengan SPSS*, Muhammadiyah University Press, Surakarta.
- Rosalina, SE, 2005, *Analisis Statistik menggunakan aplikasi Excel*, Alfabeta, Bandung.
- Sudarmanto, R.Gunawan, 2005, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sudjana, 1996, *Metoda Stastistika*, Tarsito, Bandung.
- Supranto, Johanes, 2006, *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.

Suliyanto, 2005, *Analisis data dalam aplikasi pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Sutojo, Siswanto, 2001, *Menyusun Strategi Harga*, Damar Mulia Pustaka, Jakarta.

Syadam Ghozali, 2006, *Sistem Telekomunikasi Di Indonesia*, Alfabeta, Bandung.

-----, 2005, *Teknologi Komunikasi Di Indonesia*, Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.

Wibisono, Gunawan, dkk, 2008, *Konsep Teknologi Seluler*, Informatika, Bandung.