

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada CV Mebel Sumber Barokah dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mebel Sumber Barokah” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Uji-T (parsial) variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan hasil t_{hitung} sebesar $3,704 >$ nilai t_{tabel} $1,984$ dengan nilai signifikansi yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan variabel Kualitas Produk (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV Mebel Sumber Barokah..
2. Berdasarkan Uji-T (parsial) variabel Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan hasil t_{hitung} sebesar $1,996 >$ nilai t_{tabel} $1,984$ dengan nilai signifikansi yang dihasilkan adalah $0,049 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan variabel Harga (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV Mebel Sumber Barokah.
3. Berdasarkan Uji-T (parsial) variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan hasil t_{hitung} sebesar $4.478 >$ nilai t_{tabel} $1,984$ dengan nilai signifikansi yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan variabel Kualitas Pelayanan (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV Mebel Sumber Barokah.

4. Berdasarkan Uji F (simultan) terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV Mebel Sumber Barokah dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11.443 > 2,70$) dengan nilai taraf signifikan yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan kualitas Pelayanan (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV Mebel Sumber Barokah.

B. Saran

1. CV Mebel Sumber Barokah sebaiknya terus melakukan inovasi dan pengawasan terhadap kualitas produk agar tetap memenuhi harapan pelanggan.
2. Penetapan Harga yang untuk memastikan bahwa harga yang ditawarkan tetap bersaing, sambil mempertimbangkan kualitas yang diberikan.
3. Memperkuat strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak pelanggan, dengan menyoroti kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan.
4. Bagi penelitian selanjutnya yang memiliki jenis penelitian yang sama diharapkan dapat menambah variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini serta dapat lebih mengembangkan lagi teori dan konsep pada variabel influencer, diskon dan kemudahan bertransaksi.