

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Pengguna Jasa Go-Jek Kota Serang.

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *Product* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jessica J. Lenzun, James D.D. Massie dan Decky Adare.
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *Price* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nafisa Choirul Mar'ati.

3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *Place* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Stella Monica, Yulna Dewita Hia dan Sumarni.
4. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *Promotion* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Christian Lasander.

B. Saran

Pada bagian ini, penulis bermaksud mengajukan beberapa saran kepada peneliti berikutnya. Adapun saran tersebut antara lain:

1. Peneliti dapat merubah variabel atau menambahkan variabel yang lain, misalnya *people*, *process*, *physical evidence*, loyalitas pelanggan, *brand*, *personal selling*, *power*, dan *public relation* dan lain-lain. Sehingga dapat menghasilkan gambaran keadaan yang sebenarnya

mengenai Bauran Pemasaran terhadap kepuasan pelanggan.

2. Peneliti dapat merubah atau menambahkan objek penelitian lain, misalnya Grab, Uber, Taxi dan lain-lain.
3. Peneliti dapat merubah atau menambahkan teknik pengumpulan data, misalnya dengan melakukan wawancara langsung dengan responden.