

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan *Service Quality* terhadap Kepuasan *Customer*. Dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,091 > 1,656$) atau tingkat signifikan lebih kecil dari α ($0,038 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_1 diterima.
2. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan *Price* terhadap Kepuasan *Customer*. Dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,882 > 1,656$) atau tingkat signifikan lebih kecil dari α ($0,005 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_2 diterima
3. Bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *Promotion* terhadap Kepuasan *Customer*. Dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,199 > 1,656$) atau tingkat signifikan lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_3 diterima
4. Bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan *Service Quality*, *Price*, dan *Promotion* terhadap Kepuasan *Customer*. Dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($84,284 > 2,67$), dengan tingkat signifikan $0,000$ lebih kecil dari 5% . Maka diperoleh H_4 diterima.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis mengemukakan beberapa saran kepada Emily Queen Home Photo Studio untuk dapat meningkatkan Kepuasan *Customer* maka pihak manajemen harus meningkatkan:

- a. *Service Quality*, melalui peningkatan kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) bukti fisik (*tangibles*).
Memberikan peningkatan terhadap kualitas pelayanan jasa kepada *customer* baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung agar menciptakan loyalitas pelanggan.
- b. *Price* melalui peningkatan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, daya saing harga kesesuaian harga dengan manfaat. Memberikan harga yang sesuai dengan kualitas atau hasil foto yang bagus, sehingga sesuai dengan ekspektasi *customer*.
- c. *Promotion* melalui peningkatan periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*). Melakukan peningkatan promosi melalui sosial media seperti Instagram atau Tiktok yang banyak digunakan oleh kalangan masyarakat pada saat ini, agar Emily Queen Home Photo Studio lebih dikenal oleh masyarakat.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dan melibatkan variabel-variabel yang relevan berkaitan dengan *Service Quality*, *Price*, dan *Promotion* terhadap Kepuasan *Customer* dan mampu mengembangkan penelitian ini dengan variabel lain yang belum diteliti penulis. Dengan harapan hasil penelitian lebih akurat dan memiliki manfaat yang jauh lebih besar, sehingga perusahaan mampu meningkatkan Kepuasan *Customer* pada tahun-tahun berikutnya.

3. Bagi Akademik

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan, dengan cara mengadakan wawancara atau penyebaran kuesioner yang lebih luas guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal.