

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa promosi memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone. Promosi dalam pemasaran merupakan sebuah langkah penting yang harus diambil oleh sebuah perusahaan. Promosi menjadi salah satu kunci dalam meraih keberhasilan dalam pemasaran sebuah produk. Dengan perhatian perusahaan dalam strategi promosi yang diambil, maka akan semakin besar peluang yang diraih dalam memberikan stimulan kepada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.
2. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone. Harga turut memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian terdahulu juga disebutkan jika kepuasan konsumen oleh besaran harga yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.
3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah produk dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan patut menjadi pertimbangan yang digunakan oleh konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Sehingga, penting bagi perusahaan untuk menciptakan kualitas pelayanan yang berkualitas di mata konsumen.

4. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa promosi, harga, dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone. Kepuasan konsumen dapat diketahui, tujuan akhir dalam setiap perusahaan yaitu terjualnya produk yang dipasarkannya. Kepuasan konsumen menjadi tujuan akhir bagi setiap perusahaan. Tentu saja bagi perusahaan tersebut dengan mempertimbangan berbagai faktor yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga kepuasan konsumen merupakan sebuah dasar dan tujuan utama bagi sebuah perusahaan menjadi hal utama yang harus diraih.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi perusahaan, khususnya dalam memberikan kepuasan konsumen. Khususnya dalam penelitian ini terkait dengan promosi, harga, dan kualitas pelayanan, menjadi satu bagian penting yang saling berkaitan dalam memberikan kepuasan konsumen.

2. Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian lapangan kuantitatif, dengan melaksanakan uji pengaruh. Sehingga guna pengembangan penelitian selanjutnya penelitian dapat dilaksanakan dengan melaksanakan uji beda, misalnya antara satu variabel X memiliki perbedaan yang paling menonjol terhadap variabel Y.