

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk kendaraan sepeda motor yamaha dengan menggunakan 150 responden di Tangerang Selatan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan didapat hasil uji t variabel kualitas pelayanan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,877 > 1,978$ ) dengan nilai Probabilitas atau signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Terdapat pengaruh positif dan signifikan ini artinya kualitas pelayanan ( $X_1$ ) ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada produk kendaraan sepeda motor Yamaha.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan didapat hasil uji t variable dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,196 > 1,978$ ) dengan nilai Probabilitas atau signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Terdapat pengaruh positif dan signifikan ini artinya harga ( $X_2$ ) ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada produk kendaraan sepeda motor yamaha.

#### **5.2 SARAN**

##### **5.2.1 Saran bagi perusahaan**

Penelitian ini diharapkan pada objek terkait yaitu terus meningkatkan dalam meyakinkan konsumen agar mempunyai minat yang tinggi untuk

membeli dan menggunakan produk tersebut. Kemudian peneliti berharap kendaraan sepeda motor yamaha terus meningkatkan kualitas pelayanan dan harga di pasar pesaing sehingga dapat menjadi produsen kendaraan sepeda motor yamaha peringkat pertama di Indonesia, terus *survive* dan mampu bersaing dengan produk-produk lainnya.

### **5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, bukan hanya kendaraan sepeda motor yamaha saja mungkin kendaraan sepeda motor yang lain atau jenis produk lain.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain dan dapat mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan diluar variabel yang diteliti pada penelitian ini.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak responden dan memperluas wilayah penelitian.