

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di EN Sports Arena Bekasi memperoleh hasil melalui uji t menunjukkan variabel Lokasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini terjadi karena hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel.
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di EN Sports Arena Bekasi memperoleh hasil melalui uji t menunjukkan variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini terjadi karena hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel.
3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di EN Sports Arena Bekasi memperoleh hasil melalui uji t menunjukkan variabel Fasilitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini terjadi karena hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel.
4. Lokasi, Harga, Dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Di EN Sports Arena Bekasi, dan

Fasilitas Dinyatakan Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Di EN Sports Arena Bekasi, Variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Di EN Sports Arena kabupaten bekasi adalah variabel Fasilitas hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi Fasilitas Lebih Besar Di Bandingkan Dengan Variabel Lokasi dan Variabel Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di EN Sports Arena Bekasi maka penulis menyampaikan implikasi manajerial, sebagai berikut.

1. Bagi penulis

Dari penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya kedalam dunia praktek manajemen Pemasaran khususnya tentang pengaruh Lokasi, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

2. Bagi Universitas

Memberikan beberapa informasi kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan perbandingan bagi penelitian lain sebagai wujud Universitas Bhayangkara Jakarta Raya umumnya Fakultas Ekonomi pada khususnya program studi Manajemen.

3. Bagi perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan bahwa untuk meningkatkan segala hal agar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, slalu mendengarkan kritik dan saran dari konsumen, dan slalu meng upgrade baik kualitas lokasi, harga, dan fasilitas demi menghasilkan kepuasan konsumen.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya memasukan variabel bebas lainnya sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih banyak tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

