

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pengujian hipotesis tentang pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada PT. Muara Berkah Mandiri, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan semakin baik harga dari PT. Muara Berkah Mandiri maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dan sebaliknya. Dapat disimpulkan bahwa  $t$  hitung 5,611 lebih besar dari  $t$  tabel 1,991. Artinya secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Muara Berkah Mandiri atau hipotesis pertama terbukti dan **diterima**.
2. Variabel Lokasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan semakin baiknya lokasi dari PT. Muara Berkah Mandiri maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen dan sebaliknya. Dapat disimpulkan bahwa  $t$  hitung 4,754 lebih besar dari  $t$  tabel 1,991. Artinya secara parsial lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Muara Berkah Mandiri atau hipotesis kedua terbukti **diterima**.
3. Variabel harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan secara bersama – sama terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian ini, maka dapat disimpulkan  $f$  hitung 29,041 lebih besar dari  $f$  tabel 3,11. Artinya ada pengaruh harga dan lokasi secara bersama – sama terhadap kepuasan konsumen pada PT. Muara Berkah Mandiri atau hipotesis ketiga terbukti **diterima**.

#### 5.2 Implikasi Manajerial

Pada penelitian ini berguna sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian maka implikasi manajerial yang diajukan pada penelitian sebagai berikut :

1. Diharapkan PT. Muara Berkah Mandiri selaku perusahaan permata zamrud perlunya dalam mempertahankan keunggulan yang dimiliki, sehingga harapan konsumen dapat terpenuhi.
2. Perusahaan harus meningkatkan mutu, baik dari bahan, model produk, dan harga yang kompetitif secara optimal untuk mempertahankan posisi perusahaan dipasar dan untuk meningkatkan persaingan.
3. Melakukan *digital Marketing* untuk mempromosikan perusahaan permata zamrud residence.

