

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Honda Beat didapatkan hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan arah yang positif, yang berarti terbukti dengan tingkat signifikansi $0,021 < 0,05$ atau berdasarkan nilai t hitung $2,362 > t$ tabel $1,996$ artinya H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan berpengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Honda Beat diterima.
2. Secara parsial Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan arah yang positif, yang berarti terbukti dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ atau berdasarkan nilai t hitung $4,509 > t$ tabel $1,996$ artinya H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan berpengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Honda Beat diterima.
3. Secara simultan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan arah yang positif, yang berarti terbukti dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ atau berdasarkan nilai t hitung $24,833 > t$ tabel $3,13$ artinya H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga hipotesis kedua (H_3) yang menyatakan berpengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Honda Beat diterima.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka langkah selanjutnya adalah menguraikan implikasi manajerial yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi perusahaan, kalangan akademis dan peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

1. Bagi CV.Roda Mitra Lestari Bekasi Timur

Alangkah baiknya CV.Roda Mitra Lestari meningkatkan atau mempertahankan kualitas pelayanan, kualitas produk dan Kepuasan Konsumen dengan memperhatikan serta mengikuti kemajuan teknologi sesuai dengan kebutuhan konsumen dan mengenai kendala atau permasalahan yang dihadapi konsumen digunakan acuan untuk perbaikan peningkatan pelayanan perusahaan dikemudian hari.

2. Bagi kalangan akademis,

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Honda Beat CV.Roda Mitra Lestari Bekasi Timur.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat ditindak lanjuti dengan penelitian yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk, sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih lengkap dan lebih obyektif kepuasan konsumen dengan pendekatan dan metode serupa tetapi dengan jumlah sampel yang lebih besar sehingga dapat digeneralisasikan dengan hasil penelitian yang lebih baik dari sekarang.