

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel produk (X_1) mempunyai pengaruh sebesar 1,511 (151,1%) terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang. Terlihat t hitung (4,254) > t tabel (1,998) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti produk mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang.
2. Variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh sebesar 1,589 (158,9%) terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang. Terlihat t hitung (5,107) > t tabel (1,998) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti harga mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang.
3. Variabel lokasi/distribusi (X_3) mempunyai pengaruh sebesar 0,269 (26,9%) terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang. Terlihat t hitung (0,572) < t tabel (1,998) dengan tingkat signifikan $0,569 > 0,05$ yang berarti lokasi/distribusi tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan

konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang..

4. Variabel promosi (X_4) mempunyai pengaruh sebesar 0,078 (7,8%) terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang. Terlihat t hitung (0,191) < t tabel (1,998) dengan tingkat signifikan 0,850 > 0,05 yang berarti promosi tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang..
5. Variabel produk, harga, lokasi/distribusi dan promosi terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang. Terlihat F hitung (14,548) > F tabel (2,356) dengan tingkat signifikansi 0,000. nilai *alfa* atau signifikan juga menunjukkan angka dibawah 0.05 (0.000), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Minimarket Alfamart

Hendaknya senantiasa meningkatkan keragaman produk serta menambah jenis produk yang baru (*up to date*) secara lengkap baik

dalam merk maupun kualitas. Mengenai harga haruslah disesuaikan dengan kualitas produk.

2. Bagi Karyawan

Hendaknya selalu tanggap dengan segala kebutuhan pengunjung serta lebih cepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan, khususnya untuk pengunjung-pengunjung yang kesulitan dalam mencari produk yang diinginkan agar mereka mendapatkan kepuasan dan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian.

5.3 Penutup

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat, taufiq dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari pembaca sebagai masukan bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini sehingga menjadi lebih sempurna dan bermanfaat.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya. *Amin.*