

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai t hitung untuk kedekatan emosional adalah sebesar 2,787, t tabel 2,005 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen.
2. Nilai t hitung untuk lokasi adalah sebesar 2,145, t tabel 2,005 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan nilai signifikan $0,037 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen.
3. Nilai t hitung untuk persepsi konsumen adalah sebesar 3,439, t tabel 2,005 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen.
4. Nilai t hitung untuk kelengkapan produk adalah sebesar 2,792, t tabel 2,005 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen.
5. Nilai F tabel pada distribusi 4 : 52 adalah 2,55, maka berdasarkan tabel 4.11 terlihat bahwa nilai F hitung $49,896 > 2,55$, dan nilai signifikan

$0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

6. Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,781. Hal ini berarti 78,10% variabel independent yaitu variabel kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen dan kelengkapan produk memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu kepuasan konsumen, dan sisanya sebesar 21,90% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen seperti diskon, promosi dll.

B. Saran

1. Bagi koperasi karyawan PT. Tasik Raja

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan untuk senantiasa meningkatkan kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen dan kelengkapan produk serta melakukan perubahan-perubahan untuk mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Bagi mahasiswa feb. universitas Labuhanbatu

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi mengenai bagaimana lokasi usaha yang baik disaat memiliki usaha, bagaimana menerapkan kedekatan emosional dengan konsumen, memperhatikan bagaimana persepsi konsumen dan selalu mengawasi tingkat kelengkapan produk agar konsumen tidak kecewa.

3. Bagi peneliti di masa mendatang

Bagi peneliti di masa mendatang diharapkan lebih teliti dalam melakukan penelitian, seperti memahami dengan baik isi kuisioner yang di sebarkan kepada responden, agar data yang diperoleh benar-benar menunjukkan karakteristik dari responden, dan sebisa mungkin mencegah responden menjawab secara sembarangan