

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dirumuskan penulis berdasarkan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Promosi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CK Ponsel Empat diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,319 dengan taraf signifikansi 0,003. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (3,319) $> t_{tabel}$ 1,986) dan taraf signifikansi $0,003 < 0,05$.
2. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CK Ponsel Empat diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 4,208 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (4,208) $> t_{tabel}$ (1,986) dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Kepercayaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CK Ponsel Empat diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 5,874 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (5,874) $> t_{tabel}$ (1,986) dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Servicescape berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CK Ponsel Empat diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,429 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (3,429) $> t_{tabel}$ (1,986) dan taraf signifikansi $0,004 < 0,05$.
5. Promosi digital, keragaman produk, kepercayaan konsumen dan servicescape secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan

konsumen CK Ponsel Empat diperoleh $F_{hitung} (20,083) > F_{tabel} (2,47)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Dalam penelitian ini, penulis memberikan saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan pada penelitian ini, antara lain:

1. Untuk CK Ponsel Empat diharapkan dapat lebih meningkatkan promosi digital agar kepuasan konsumen akan tercipta semakin baik.
2. Bagi peneliti lainnya dapat menambahkan variabel yang belum diteliti dalam penelitian selanjutnya.