

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Kesimpulan peneliti mengenai pengaruh dari Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Utik di Ngurenrejo Wedarijaksa Pati, yaitu:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Utik.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Hal tersebut berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Utik.
2. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Utik.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Hal ini berarti harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Utik.
3. Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Utik.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, Hal ini berarti promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Utik.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Utik. Hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Utik.

### B. Saran

Saran serta masukan yang dikemukakan peneliti sebagai bentuk kontribusi terhadap kedai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Kedai Utik yang akan dijelaskan berikut ini:

#### a. Bagi Kedai Utik

Kedai Utik hendaknya lebih memberikan perhatian lebih pada kualitas pelayanan dan harga, karena kedua variabel tersebut dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan dan mempertahankan kualitas harga sehingga para pelanggan merasa puas dan nyaman saat berkunjung ke Kedai Utik. Begitu juga memperhatikan untuk memperbaiki dan meningkatkan promosi Kedai Utik agar dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengambil objek atau subjek penelitian yang berbeda dari penelitian ini agar membuat kepuasan pelanggan lebih jelas dan bagi peneliti berikutnya supaya menggunakan variabel lainnya yang belum dibahas untuk mengetahui secara lebih mendalam terkait pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

