

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah diperoleh maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada produk Ireborn *Fitness*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung sebesar 3,618 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada produk Ireborn *Fitness*.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Ireborn *Fitness*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3,485 dengan nilai signifikansi 0,001. Karena nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Ireborn *Fitness*.

#### **5.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan oleh penulis setelah melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap objek yang sama untuk dapat memperluas objek penelitian dan bukan hanya menguasai variabel-variabel yang ada namun dengan menguji atas variabel penelitian lainnya yang memerlukan banyak informasi secara lengkap dengan faktor-faktor yang memengaruhi agar lebih bermanfaat.

## 2. Untuk Ireborn *Fitness*

Untuk perusahaan dan pusat kebugaran di Surabaya yang sudah berdiri lebih dari 20 tahun untuk dapat terus melayani konsumen dengan baik dan lebih cepat dan cekatan khususnya dalam memberikan pelayanan konsultasi atau hal lainnya untuk menunjang keamanan pelanggan dan pengguna produk terutama dalam melakukan transaksi yang masih terbilang lama dan terkesan masih konvensional. Sehingga diperlukan peningkatan atas pelayanan ini untuk meningkatkan kembali kepuasan pengguna produk Ireborn *Fitness*.

## DAFTAR RUJUKAN

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Abdul Basith, dkk. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Wafle Malang*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Ariani, D. W. (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Feigenbaum, A. V. (2000). *Kendali Mutu Terpadu*. Terjemahan oleh Hudaya Kandahjaya. Edisi Ketiga. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain. Erlangga. Jakarta.
- Hox, J. J., & Boeije, H. R. (2005). *Data Collection, Primary vs. Secondary*. In *Encyclopaedia of Social Measurement* (pp. 593-599). Amsterdam: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B0-12-369398-5/00041-4>.
- Hurlock, E. B. (2006). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi kelima. Alih bahasa Istiwidayanti dan Soedjarwo. Erlangga. Jakarta.
- Husein, U. (2008). *Methodologi Penelitian*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78.
- J. Supranto M. A. (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi Jilid 1, Edisi Keenam*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. (2004). *Marketing Management, The Millenium Edition*. Englewood Cliffs. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, P. & Kevin L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. Jakarta.
- (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Oktaria, Y., Mulyono, J., & Sari, L. P. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kapal Mentawai Fast Rute Padang-Kepulauan Mentawai. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kapal Mentawai Fast Rute Padang-Kepulauan Mentawai*, 20(2), 80-86.

- Sari, D. S. (2019). Analisis Product Quality And Service Quality Terhadap Customer Satisfaction (Studi Empiris Rumah Makan Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 45-55.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif :Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Penerbit Kencana. Jakarta.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV. Bandung
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tijjang, B., Nurfadhilah, & Putra, P. (2019). Product and Service Quality Towards Customer Satisfaction Refilled Drinking Water in Indonesia. *Journal Of Islamic Economics And Business Studies*, 4(2), 91-101.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Andy. Yogyakarta.
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran, ed. 3*. Andi. Yogyakarta.
- Tussifah, H., & Navitsha, N. P. (2021). The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction at Roya Café Mantingan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 9(1), 69-86.