

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perkiraan variabel dari harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan sepatu futsal merek Specs di Surabaya. Berdasarkan tanggapan responden yang telah diolah, diuji dan dianalisis, maka dapat diambil kesimpulan pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila harga yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan spesifikasi barang maka pelanggan akan merasa puas atas produk yang beli.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan maka pelanggan semakin merasa puas. Karena dengan sesuainya produk tersebut atas keinginan pelanggan maka pelanggan tersebut akan merasa.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan pelayanan yang baik dapat menimbulkan rasa puas pada konsumen yang akan membeli produk tersebut. Dengan lengkapnya informasi yang diberikan maka konsumen akan merasa dekat dengan perusahaan dari informasi dan pelayanan yang diberikan.
4. Harga, kualitas produk, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketiga elemen tersebut tidak dapat

dipungkiri saling bersinergi atau berpengaruh dalam menciptakan rasa puas pada pelanggan yang ingin membeli produk tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan, dengan adanya keterbatasan tersebut maka dapat diperhatikan bagi peneliti yang akan datang dalam menyempurnakan penelitiannya, sebagai berikut:

1. Kuesioner penelitian ini disebar melalui WhatsApp Group dimana peneliti tidak dapat mewawancarai secara langsung kepada seluruh responden, hal ini membuat hasil penelitian sangat bergantung pada pemahaman masing-masing responden.
2. Adanya perbedaan pada pemikiran dan pemahaman dari beberapa responden terkait indikator yang diteliti.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat saran dan masukan yang kelak dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya. Adapun beberapa saran yang dapat diberikan diantaranya:

1. Bagi brand Specs

Diharapkan bagi perusahaan Specs dapat terus meningkatkan kualitas produk dan layanan yang disediakan guna terus memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan. Selanjutnya merek Specs dapat memberikan diskon terhadap harga produk sepatu futsalnya

2. Bagi peneliti selanjutnya

Mengingat penelitian ini jauh dari kata sempurna, maka penelitian selanjutnya lebih baik dapat menyebarkan kuesioner melalui offline atau melakukan wawancara secara langsung responden, sehingga data yang di dapatkan valid dan responden tidak asal asalan dalam mengisi kuesioner yang disebar. Selain itu juga peneliti dapat mengetahui apakah responden memahami tentang bagaimana harga sepatu futsal merek Specs, kualitas sepatu futsal merek Specs, dan bagaimana pelayanan yang mereka dapatkan pada saat berkunjung atau mendatangi toko sepatu futsal merek Specs.

DAFTAR RUJUKAN

- A. Parasuraman, V. A. (1990). *SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Texas: Texas A&M University College Station.
- Biarsih, S., Asmike, M., Citaningtyas, D., Kadi, A., & Nur, L. (2022). *Service Quality (SERVQUAL) and Price Analysis Against Customer Satisfaction Online Boutique Omah Kebaya Madiun . 02(02)*, 68–80.
- Eka Erlinda, U., Purnama, S., & Tamzil, F. (2022). The Effect Of Service Quality, Product Quality, And Chatime Product Promotion On Customer Satisfaction (Case Study Of Chatime Customers In The Central Jakarta Region). *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 6(1), 42–51. <https://doi.org/10.33050/atm.v6i1.1680>
- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Sampling and sampling methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal*. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6), 215–217.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hadi, S. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran da Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas Jilid 1 Jakarta: Erlangga.
- & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management and Brand Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Mulyadi, M. (2016). *Metode Penelitian Praktis Kualitatif & Kuantitatif*. Jakarta: Publica Press.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksbangPRESSindo.
- Prawirosentono, S. (2002). *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Priansa, J. D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV.ANDI.
- Tjiptono & Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi Tiga Yogyakarta: Andi.
- & Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- & Gregorius Chandra. (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Edisi Keempat Yogyakarta: Andi.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Wahyuni, R., Broto, B. E., & Hanum, F. (2022). Effect of price, promotion and product quality on consumer satisfaction Kentucky Fried Chicken (KFC) Quality Rantauprapat. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(2), 9244–9256.