

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 orang responden yang merupakan konsumen gerai Sports Station DP Mall Semarang, dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan tabel diatas, variabel kualitas pelayanan mencatatkan skor t-statistic sebesar 2,905 dengan nilai p-value sebesar 0,004. Dikarenakan hasil t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan secara positif yang berarti peningkatan pada kualitas pelayanan akan secara langsung meningkatkan minat beli ulang konsumen
2. Berdasarkan tabel diatas, variabel kualitas pelayanan mencatatkan skor t-statistic sebesar 7,950 dengan nilai p-value sebesar 0,000. Dikarenakan hasil t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan arah yang positif dimana apabila kualitas pelayanan bertambah maka kepuasan pelanggan juga bertambah.
3. Berdasarkan tabel diatas pengaruh harga terhadap minat beli ulang nilai t-statistic sebesar 0,165 dengan p-value sebesar 0,869. Dikarenakan hasil nilai t-statistic lebih kecil dari 1,96 dan p-value lebih besar dari 0,05. maka

dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang

4. Berdasarkan tabel diatas, variabel harga mencatatkan skor t-statistic sebesar 9,043 dengan nilai p-value sebesar 0,000. Dikarenakan hasil t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Harga berpengaruh signifikan dengan arah yang positif dimana apabila kualitas pelayanan bertambah maka kepuasan pelanggan juga bertambah.
5. Berdasarkan tabel diatas, variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai t-statistic sebesar 6,210 dan nilai p-value sebesar 0,000. Dikarenakan hasil t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dengan arah yang positif dimana apabila kepuasan pelanggan bertambah maka minat beli ulang juga bertambah
6. Berdasarkan tabel diatas, variabel kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan memperoleh nilai t-statistic sebesar 5,062 dan nilai p-value sebesar 0,000. Dikarenakan hasil t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dengan arah yang positif melalui kepuasan pelanggan, dimana apabila kualitas pelayanan menambah kepuasan pelanggan maka minat beli ulang juga bertambah

7. Berdasarkan tabel diatas, variabel harga terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan memperoleh nilai t-statistic sebesar 4,885 dan nilai p-value sebesar 0,000. Dikarenakan hasil t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Harga berpengaruh signifikan dengan arah yang positif melalui kepuasan pelanggan, dimana apabila harga meningkatkan kepuasan pelanggan, maka minat beli ulang juga bertambah
- 8.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti merumuskan masukan dan rekomendasi bagi perusahaan serta penelitian selanjutnya. Saran yang diberikan antara lain:

1. Saran bagi Sports Station

Berdasarkan nilai mean pada setiap indikator, seluruh pernyataan pada variabel kualitas pelayanan berada pada rentang $>3,65 - 4,40$ sehingga termasuk dalam kategori baik. Meskipun demikian, beberapa indikator masih memiliki nilai mean yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya, sehingga saran dari peneliti untuk sports station yaitu tetap diperlukan upaya peningkatan kualitas pelayanan agar persepsi responden dapat meningkat menuju kategori yang lebih tinggi. Pada pernyataan X1 P1 nilai mean yang diperoleh adalah yang paling rendah yaitu 3,65 maka dari itu karyawan harus lebih cepat dan tanggap saat diminta untuk mencari produk yang diinginkan konsumen.

Selanjutnya disusul dengan X1 P3 sebesar 3,94 karyawan harus lebih ramah dan menawarkan diri dalam melayani pelanggan seperti memberikan penjelasan dan pemahaman tentang produk apa yang sedang mereka cari.

Untuk variabel harga nilai mean pada setiap indikator pernyataan berada pada rentang $>4,02 - 4,07$ sehingga termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian, indikator yang berkaitan dengan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dengan produk sejenis, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh dinilai sudah cukup memenuhi harapan konsumen. Akan tetapi sports station harus memperhatikan pada pernyataan X2 P1 yaitu “Saya merasa harga yang ditawarkan oleh Sport Station terjangkau” memperoleh mean skor paling kecil yaitu sebesar 4,02 sehingga harus memperhatikan persaingan harga yang semakin ketat agar dapat terus bersaing dengan kompetitor-kompetitor baru yang berdatangan serta persepsi responden dapat meningkat menuju kategori yang lebih tinggi

2. Saran bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melanjutkan penelitian pada variabel yang berbeda, seperti meneliti pengaruh brand image terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini penting dilakukan karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Dengan

tingkat kepuasan yang tinggi, akan lebih relevan apabila penelitian selanjutnya mengkaji apakah brand image berperan dalam membentuk loyalitas pelanggan, seperti intensi pembelian ulang, rekomendasi positif, maupun komitmen pelanggan terhadap Sports Station