

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Tisane Seduh Bekasi. Penelitian ini berfokus pada masyarakat di wilayah Bekasi yang telah menggunakan produk Tisane Seduh. Berdasarkan hasil analisis data pada bab sebelumnya, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap *customer satisfaction* pada produk Tisane Seduh. Dari hasil analisis data sebelumnya, membuktikan bahwa pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 2.339 dengan nilai sig. $0,021 > (\alpha = 0,05)$.
2. Terdapat pengaruh positif antara harga terhadap *customer satisfaction* pada produk Tisane Seduh. Dari hasil analisis data sebelumnya, membuktikan bahwa pada variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar 3.119 dengan nilai sig. $0,002 > (\alpha = 0,05)$.
3. Terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap *customer satisfaction* pada produk Tisane Seduh. Dari hasil analisis data sebelumnya, membuktikan bahwa pada variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 1.263 dengan nilai sig. $0,013 > (\alpha = 0,05)$.
4. Variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap *customer satisfaction* pada produk Tisane Seduh. Dibuktikan dari hasil uji analisis F hitung atau hasil uji F (anova) yang dimana nilai F hitung = 9.011 dengan nilai sig. 0,000. Nilai F hitung $9.011 >$ nilai F tabel ($df_1 = 3, df_2 = 96, \alpha = 0.05$) = 2.68. Menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk dapat dipakai dalam model

regresi berganda untuk memprediksi terhadap kepuasan pelanggan pada produk Tisane Seduh.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap *customer satisfaction* pada produk Tisane Seduh masih memiliki kekurangan, sehingga peneliti memberikan saran diantaranya:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber ataupun referensi yang terkait dengan *customer satisfaction* serta lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Dapat dilihat dari perolehan data dari penelitian ini yaitu sebesar 59,8% sedangkan sisanya 40,2% berhubungan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, untuk melengkapi penelitian ini, maka disarankan bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian dengan meneliti variabel bebas lainnya seperti *brand image* dan promosi yang memiliki potensi berpengaruh pada variabel *customer satisfaction*.
2. Bagi perusahaan disarankan untuk memfokuskan upaya pada penguatan persepsi nilai harga dan efisiensi pelayanan digital. Untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus mempertahankan strategi penetapan harga berbasis nilai (*value-based pricing*) dengan secara konsisten mengomunikasikan manfaat kesehatan dan mutu premium produk, sehingga konsumen merasa harga yang dibayarkan sebanding atau bahkan lebih rendah dari nilai yang diterima. Selain itu, kecepatan dan kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan, khususnya pada aspek waktu respons chat dan penanganan keluhan, karena ini adalah faktor penentu utama di *platform e-commerce* Shopee.
3. Dari hasil kuesioner pada variabel kualitas pelayanan (X_1) harus diperhatikan kembali, karena hal ini dapat disebabkan oleh indikator jaminan (*assurance*)

yang terendah. Dapat disimpulkan bahwa dalam pelanggan merasa kurang yakin dengan kemampuan dan pengetahuan pegawai dalam memberikan informasi mengenai produk, sehingga perusahaan Tea & Tisane Seduh masih perlu melakukan pelatihan intensif seperti pelatihan *product knowledge* kepada para pegawai untuk meningkatkan pemahaman mereka terhadap produk, serta membekali mereka dengan keterampilan komunikasi yang efektif agar mampu memberikan informasi yang akurat dan meyakinkan kepada pelanggan.

4. Dari hasil kuesioner pada variabel harga (X_2) harus diperhatikan kembali, karena hal ini dapat disebabkan oleh nilai indikator daya saing harga yang terendah. Dapat disimpulkan bahwa pelanggan selalu membandingkan harga produk Tisane Seduh dengan produk yang serupa sebelum memutuskan membeli produk, sehingga perusahaan perlu menetapkan strategi penetapan harga yang kompetitif serta memberikan nilai tambah yang jelas pada produknya agar mampu bersaing dan menarik minat beli pelanggan.
5. Dari hasil kuesioner pada variabel kualitas produk (X_3) harus diperhatikan kembali, karena hal ini dapat disebabkan oleh indikator daya tahan produk (*durability*) yang terendah. Dapat disimpulkan bahwa produk Tisane Seduh mengalami penurunan kualitas setelah digunakan atau disimpan dalam jangka waktu tertentu, sehingga perusahaan perlu mengevaluasi kembali ketahanan produk dan melakukan perbaikan pada aspek pengemasan maupun informasi untuk menjaga kepuasan dan kepercayaan pelanggan.