

BAB V

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Ada pengaruh antara variabel penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya. Artinya, jika variabel harga meningkat maka kepuasan pelanggan meningkat.
2. Ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya. Artinya, jika variabel kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan meningkat.
3. Tidak ada pengaruh antara variabel penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya. Artinya, jika variabel harga meningkat maka loyalitas pelanggan menurun.
4. Ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya. Artinya, jika variabel kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas pelanggan meningkat.
5. Tidak ada pengaruh antara variabel loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya. Artinya, jika variabel loyalitas pelanggan meningkat maka kepuasan pelanggan menurun.

6. Tidak ada pengaruh antara variabel penetapan harga melalui loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya. Artinya, jika variabel harga meningkat maka kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan menurun.
7. Tidak ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan melalui loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya. Artinya, jika variabel kualitas pelanggan meningkat maka kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan menurun.

4.2 Saran

Adapun saran yang peneliti dapat sarankan yakni :

1. Bagi CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya, dapat melakukan pengawasan dan peningkatan mutu pada karyawan sehingga kualitas pelayanan dapat meningkat semakin baik. Selain itu, dengan mempertimbangkan kombinasi yang baik antara pelayanan yang diberikan kepada konsumen maupun pelanggan dengan memberikan promosi harga barang yang dijual kepada konsumen maupun pelanggan.
2. Bagi Peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel penelitian di luar penelitian lain.