

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Dalam pengujian Hipotesis pertama H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti semakin positif penilaian konsumen terhadap harga, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Didapat pula pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 64.8%, sementara sisanya ditentukan oleh variabel lain
2. Dalam pengujian Hipotesis kedua, H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen. Lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti semakin positif penilaian konsumen terhadap lokasi dari perusahaan, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Didapat bahwa pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 67.5%, sementara sisanya ditentukan oleh variabel lain.
3. Dalam pengujian Hipotesis ketiga, H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, secara simultan Harga dan Lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti semakin positif penilaian konsumen terhadap harga dan lokasi dari **Barberbos Barbershop**, maka

akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Didapat bahwa pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama adalah sebesar 82.2%, sementara sisanya sebesar 17.8% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan pengujian hipotesis, didapat bahwa Harga dan lokasi memiliki pengaruh secara parsial (satu) maupun simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, perusahaan perlu meningkatkan Harga dan Lokasi untuk dapat mendorong terjadinya kepuasan konsumen dari **Barberbos Barbershop**

5.3. Keterbatasan Penelitian

1. Waktu yang terbatas membuat penulis kesulitan melakukan penelitian.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan **Barberbos Barbershop** di kota Bandung.
3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel Harga, Lokasi dan kepuasan konsumen

5.4. Saran

Peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. **Barberbos Barbershop** di kota Bandung sebagai penyedia jasa *barber* diharapkan dapat memberikan jasa dengan harga yang murah dan setara dengan pelayanan yang diberikan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

2. **Barberbos *Barbershop*** di kota Bandung yang bergerak di bidang barber diharapkan dapat mencari lokasi yang strategis, mudah terjangkau, dan dapat memberikan akses yang mudah bagi para calon konsumen yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

