

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Pada Mahasiswa UKM Bandung, peneliti menemukan bahwa Bauran Pemasaran Jasa secara umum sudah cukup baik, dimana sebagian besar jawaban responden berada pada rentang “Setuju” dan “Sangat Setuju”
2. Pada Mahasiswa UKM Bandung, peneliti menemukan bahwa Kepuasan Konsumen secara umum sudah cukup baik, dimana sebagian besar jawaban responden berada pada rentang “Setuju” dan “Sangat Setuju”
3. Uji hipotesis 3, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000, dan nilai F hitung sebesar 95.017. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UKM Bandung. Peneliti menemukan adanya koefisien positif (+), yang berarti peningkatan bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen. Didapatkan bahwa nilai *adjusted R square* adalah sebesar 0.866, yang berarti bahwa pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UKM Bandung adalah sebesar 86.6%

5.2 Implikasi Manajerial

Terdapat pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UKM Bandung. Peneliti menemukan adanya koefisien positif (+), yang berarti peningkatan bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk itu, Universitas Kristen Maranatha perlu menjaga bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan yang baik, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen di kemudian hari.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu:

- penelitian awal ini dilakukan pada 30 orang responden
- penelitian ini dilakukan hanya pada di lingkungan Universitas Kristen Maranatha
- Penelitian ini mengukur tiga variabel, yaitu bauran pemasaran jasa, kualitas pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

5.4 Saran

Peneliti menyarankan untuk dapat menambahkan jumlah responden, menambahkan lingkungan penelitian, dan menambahkan variabel-variabel lain untuk diteliti lebih lanjut.