

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan peneliti serta interpretasi

hasil maka kesimpulan yang bisa diambil dari penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Kapur Bakar di PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember” sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember.
3. Kualitas pelayanan arahnya positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember.

#### **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil analisis pembahasan, dan kesimpulan peneliti maka saran dari peneliti yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

##### **5.2.1 Bagi Aspek Manajerial**

1. Dalam penelitian ini kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten

Jember, sehingga perusahaan direkomendasikan harus tetap mempertahankan dan meningkatkan



keunggulan dalam memberikan kemudahan dalam bertransaksi, kenyamanan dalam pengiriman kapur bakar, kesesuaian kadar dan kuantitas kapur yang diinginkan dan ketepatan pengiriman.

2. Dalam penelitian ini persepsi harga berpengaruh secara signifikan

terhadap kepuasan pelanggan PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember, sehingga perusahaan direkomendasikan harus terus memperhatikan dan menetapkan harga pada produk kapur sesuai kesepakatan menggunakan moda transportasi *trucking* atau *shipping*, sehingga dapat bersaing dengan kompetitor dan memberikan kenyamanan kepada pelanggan.

3. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember, sehingga perusahaan direkomendasikan harus agar mampu memberikan informasi dan layanan kepada pelanggan agar tidak terjadi *missed* komunikasi demi kenyamanan bertransaksi.

### 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dengan menambah variabel-variabel lainnya seperti tempat, loyalitas pelanggan, promosi, persepsi resiko atau mengkaji kembali kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan mediasi variabel

persepsi harga.



