

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Ms Glow Shinta.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ms Glow Shinta.
3. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ms Glow Shinta.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen MS Glow Shinta dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini menunjukkan bagaimana harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dari penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menetapkan harga yang lebih sesuai dengan manfaat produk, meningkatkan kualitas produk agar lebih menarik dan efektif. Dengan memahami kebutuhan dan persepsi konsumen, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat kesetiaan, dan bersaing lebih baik di pasar. Rekomendasi dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan mempertahankan kepercayaan konsumen.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian telah disampaikan sebelumnya, terdapat beberapa keterbatasan dan saran dalam penelitian ini yang dapat menjadi bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dan saran yang di berikan adalah sebagai berikut:

Keterbatasan untuk MS Glow atau Perusahaan:

- a. Penelitian ini hanya dilakukan di MS Glow Shinta Jalan Gunung Pangilun, sehingga hasil penelitian belum dapat mewakili seluruh cabang Ms Glow di daerah lain.
- b. Penelitian ini hanya meneliti tiga faktor, yaitu harga, kualitas produk, dan promosi, sedangkan faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti pelayanan, lokasi, atau brand image.

Keterbatasan untuk Peneliti Selanjutnya:

- a. Penelitian ini belum menggunakan variabel mediasi atau moderasi yang dapat memperkuat analisis hubungan antara variabel.
- b. Teknik analisis data yang digunakan hanya SEM-PLS dan SPSS, sehingga belum membandingkan metode analisis lain yang mungkin memberikan hasil lebih mendalam.

Saran untuk MS Glow atau Perusahaan:

- a. Perusahaan diharapkan melakukan evaluasi terhadap kualitas produk dan strategi promosi agar lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

- b. Perusahaan dapat melakukan survei secara berkala kepada pelanggan untuk mengetahui kebutuhan dan harapan konsumen agar produk dan layanan yang diberikan lebih sesuai.

Saran untuk Peneliti Selanjutnya:

- a. Peneliti berikutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti pelayanan atau brand image untuk memperluas penelitian tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
- b. Menggunakan metode analisis data lainnya seperti AMOS dan Stata agar hasil penelitian lebih variatif dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adastian, M. V., Rangga, Y. D. P., & Aurelia, P. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan (Studi Kasus Di Pt. Borwita Citra Prima Maumere). *1(4)*.
- Adawiyah, R., & Yani, M. (2023). Pengaruh Harga Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Rotan Mentah Pada Ud. Empat Saudara. *8(2)*, 123–132.
- Aditya, & Umar, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kecantikan Merek Innisfree Dan Nature Republic Di Wilayah Jakarta Utara. *1–27*.
- Akakip, F. E. D., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. *09(January)*, 485–500.
- Al Hidayat, R., Charolina, O., & Afriani, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Harga Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kue Ahk Keju Di Kecamatan Teluk Segara. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, *3(1)*, 83–94. <https://doi.org/10.56135/Jabnus.V3i1.158>
- Amirudin, Anggraini, R. R., & Hermawan, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Umkm Global Bakery Parung Bogor. *14*, 246–254.
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang).
- Aprilian, A. A., Z, N., & Hidayat, A. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Y.O.U (Survey Pada Pengunjung Counter Produk Skincare Y.O.U Di Toko Ramadhani Kosmetik Sudiang). *1(1)*, 81–88.
- Ariani, S., & Oetama, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan M2 Di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *8(2)*, 156–164.
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Pt. Rineka Cipta.
- Ariyani, A., & Fauzi, A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2(2)*, 23–28. <https://doi.org/10.56127/Jekma.V2i2.710>
- Aryani, D. N., Hartutik, Yusda, D. D., Diwyarhi, N. D. M. S., & Setianti, Y. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Marketplace Shopee. *9(6)*, 2438–2443.
- Aulia, I., & Furyanah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Langit Biru Tangerang. *1(2021)*, 136–141.
- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *21(3)*, 290–299.
- Azis, A., & Aswan, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk

- Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Lunang. *2*, 1203–1217.
- Crismon, E., & Andy. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roti Viva Bakery, Total Persada - Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *2(1)*, 266–277. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1325>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (1st Ed.). Global Research And Consulting Institute.
- Dalilah, N., & Prawoto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Kenangan. *Mamen: Jurnal Manajemen*, *2(2)*, 186–197. <https://doi.org/10.55123/Mamen.V2i2.1774>
- Dewi, C. P. (2022). The Impact Of Ms Glow's Prices On Consumer Satisfaction. *3(2)*, 127–135.
- Durianto, D. S., & T, S. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek* (V). *Gramedia*.
- Efendi, N., Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *28(02)*, 197–215.
- Ertanto, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Wafer Nabati Di Toko Zaina Di Sampit. *9(2)*, 175–181.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease Of The Skin Clinical Dermatology.*, 7–16.
- Fauzi, A., Maryadi, F., Afrilia, P., Armanda, F., Sulistyowatie, W., Zahra, M. A., & Soza, D. (2023). Pengaruh Permintaan Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, *3(1)*, 63–72. <https://doi.org/10.56127/Jaman.V3i1.646>
- Febriyanti, C., Zati, M. R., & Amilia, S. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Perilaku Pembelian Ulang Produk Kosmetik Hanasui (Studi Kasus Pada Mahasiswi Di Kota Langsa). *3*, 311–316.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th Ed.). *New Jersey: Pearson Education*.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan*.
- Hayuan Banowati, & Irwan Raharja. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Louvrea Kosmetik. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2(2)*, 187–195. <https://doi.org/10.56127/Jekma.V2i2.863>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (1st Ed., Issue 112). Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). *Pearson Education*.
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *8(6)*, 743–756.

<https://doi.org/10.20473/Vol8iss20216pp743-756>

- Lengkey, G. R., Mandey, S. L., & Soepono, D. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Pln Mobile Pelanggan Pt.Pln (Persero) Unit Layanan Pelanggan Tomohon. *4(5)*, 62–71.
- Lenzun, J. J., Massie, J. D. D., & Adare, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Nursing Management (Harrow, London, England : 1994)*, *6(8)*, 16–17. <https://doi.org/10.7748/Nm.6.8.16.S14>
- Lubis, M. F. I., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, *7(2)*, 872–882. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.3074>
- Lumintang, G., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Karunia Kiawa. *4(1)*, 88–100.
- Maharani, I. G. A. A., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung. *3*, 275–285.
- Manabung, K. J., Muafa, I. W., & Awotkay, A. S. (2023). Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Serba Aluminium. *5(2)*, 98–109.
- Maulidi, A., & Susetyorini. (2024). Pengaruh Saluran Distribusi Langsung Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Mahsun Jaya Onyx Bawean Di Desa Kertosono Sidayu Gresik. *17(2)*, 479–489.
- Monolimay, G. M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Mandala Multifinance Tbk Cabang Ratahan. *4(5)*, 579–590.
- Natania, & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Maybelline Di Kota Batam. *6(12)*, 447–461.
- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & Kusumayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Cfc Batuaji Batam). *1(1)*, 26–32.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *7*.
- Nurfitri, A. R., Winarsih, & Setyaningsih, E. (2022). Peran Persepsi Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Di Kota Depok. *4(12)*, 5572–5586.
- Pulumbara, G. F., Latief, F., & Ilham, B. U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Jr Tea. *Jurnal Manuver*, *1(1)*, 76–92.
[http://Repository.Unpas.Ac.Id/Id/Eprint/44653%0ahttp://Repository.Unpas.Ac.Id/44653/4/Bab ii Fix.Pdf](http://Repository.Unpas.Ac.Id/Id/Eprint/44653%0ahttp://Repository.Unpas.Ac.Id/44653/4/Bab%20ii%20Fix.Pdf)
- Rahmawati, Y. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

- Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 1(3), 117–127.
- Ramadhan, A. I., & Djawoto. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Dk 26).
- Ramadhan, A., & Solihin, D. (2024). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Cakrawala: *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Realino, D., Gula, V. E., & Jelita, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Ojek Konvensional). 1(4), 68–81.
- Safitri, A. F., Fitria, D., & Burhanudin. (2023). Pengaruh Produk, Tempat Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Santika Depok Annisa Febriyanti Safitri Dona Fitria Burhanudin. *Journal On Education*, 5(2), 5128–5137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1251>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). Perilaku Konsumen (Wk Nikoemus (Ed.)). Andi Yogyakarta.
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel. 1(1), 83–92.
- Setiawan, D., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. (Jems) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 4(1), 99–108. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i1.4427>
- Setiawati, E. E., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Skincare Unilever Di Aster Kosmetik Malang). 14(2).
- Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). Manajemen Pemasaran.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Cv Afabeta.
- Tambah, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Traveloka. 1(1), 1–7.
- Thabroni, G. (2022). Manajemen & Bisnis Harga & Penetapannya: Pengertian, Indikator, Strategi, Faktor, Dsb.
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. Cv Multi Pustaka Utama.
- Vira, D., Medinal, & Oktalina, G. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 148–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.887>
- Wijayanti, F., & Hutauruk, B. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. 3(4), 465–471. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.725>

- Wijianti, F., & Budiarti, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Skintific (Studi Kasus Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *3*(2).
- Yusda, D. D. (2023). Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Fudia Bakery Bandar Lampung. *4*(1), 48–53.