**BAB 5**

**PENUTUP**

**5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya, dengan mengacu pada hipotesis dan tingkat pengaruh 63,1% (α=0.05) maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dilihat dengan nilai probabiltas (α) 0,05(0,000<0,05) dan bisa di lihat dari Thitung >Ttabel yaitu 4,105 >1,98447, yang berarti Thitung lebih besar dari Ttabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat di simpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga dengan Variabel fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini di lihat dengan nilai probabilitas (α) 0,05(0,000<0,05) dan bisa di lihat dari Thitung >Ttabel yaitu 3,820>1,98447, yang berarti Thitung lebih besar dari Ttabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat di simpulkan bahwa fasilitas berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga dengan Variabel harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini di lihat dengan nilai probabilitas (α) 0,05(0,000<0,05) dan bisa di lihat dari Thitung >Ttabel yaitu 3,927>1,98447, yang berarti Thitung lebih besar dari Ttabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat di simpulkan bahwa harga berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel kualitas layanan (X1), variabel fasilitas (X2) dan variabel harga (X3) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen, hal ini dapat di lihat dari nilai F hitung sebesar 57,537 dan F tabel sebesar 2,70 dengan signifikasi sebesar 0,000 oleh karena itu F hitung > F tabel (57,537 >2,70) dengan nilai signifikasi lebih kecil dari nilai α = 0,05 (0,000<0,05), maka dapat di simpulkan bahawa variabel kualitas layanan, variabel fasilitas dan variabel harga berpengaruh positif terhadap kinerja kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan nilai determinasi (R²) yang di peroleh yakni sebesar 0,631. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga memengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 63,1%. Selebihnya yaitu sebesar 36,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan ke dalam model penelitian ini.
4. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Layaalin, Y.N (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel kualitas layanan, fasilitas, dan harga memberikan pengaruh sebesar 61,7%,.
5. Dari hasil penelitian terdahulu, maka dapat di lihat persamaan dan perbedaan yaitu:
6. Persamaannya adalah kualitas layanan, fasilitas dan harga secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
7. Perbedaannya bisa dilihat dari hasil penelitian terdahulu yaitu nilai R square sebesar 61,7%. Sedangkan untuk penelitian ini R square sebesar 63.1%, dan dapat di artikan bahwa penelitian saat ini R square lebih besar dibandingkan dengan penelitian terdahulu.

**5.2. Implikasi**

Dari keterangan hasil penelitian yang telah di jelaskan peneliti diatas, maka peneliti mengambil implikasi sebagai berikut: