

## BAB V

## KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1. Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan penelitian berdasarkan temuan analisis:

1. Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Nilai Emosional (X1) dan Nilai Fungsional (X2) (Y). Hasil pengujian diperoleh nilai F 70,602 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya Nilai Emosional (X1) dan Nilai Fungsional (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Nilai Emosional (X1) dan Nilai Fungsional (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian, Variabel Nilai Emosional (X1) memiliki koefisien regresi 0,669 terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan nilai t-hitung sebesar 6,613 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Nilai Emosional (X1) berpengaruh signifikan dan menguntungkan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua, bahwa Nilai Emosional (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, diterima.
3. Variabel Nilai Emosional (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,358 terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dan variabel Kepuasan Konsumen memiliki nilai t-hitung sebesar 3,890 dengan taraf signifikansi  $0,000 <$

0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Nilai Fungsional (X2) berpengaruh signifikan dan menguntungkan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasilnya, hipotesis ketiga, bahwa Nilai Fungsional (X2) berpengaruh cukup besar terhadap Kepuasan Konsumen, diterima.

4. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,811 menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Nilai Emosional (X1) dan Nilai Fungsional (X2). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Nilai Emosional (X1) dan Nilai Fungsional (X2) menyumbang 81% terhadap Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2. Saran

Rekomendasi berikut dapat dibuat berdasarkan temuan penelitian, diskusi, dan kesimpulan:

1. Nilai Emosional yang diberikan *Barbershop* Kawua tentang cukur rambut sesuai realita dan melebihi ekspektasi hendaknya harus dipertahankan sehingga konsumen merasa puas pada *Barbershop* karena hasil yang baik akan selalu dinantikan.
2. Nilai Fungsional yang diterima konsumen dari *Barbershop* Kawua telah melampaui harapan yang diharapkan jadi tidak diragukan lagi bahwa *Barbershop* sangat baik digunakan untuk mencukur rambut sesuai keinginan oleh karena itu hendaknya dipertahankan agar konsumen loyal terhadap jasa tersebut.

3. Variabel bebas lainnya selain Nilai Emosional dan Nilai Fungsional yang dapat mempengaruhi variabel terikat Kepuasan Konsumen perlu ditambahkan atau diganti pada penelitian yang akan datang, Customer Value, misalnya, mencoba melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel independen lainnya. di luar kelas Kepuasan pelanggan mungkin terganggu sebagai akibat dari hal ini.

