

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data dan analisis yang diuraikan pada bab sebelumnya, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim dengan nilai t- hitung sebesar 3,169 lebih besar dari t- tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim dengan nilai t- hitung kualitas pelayanan adalah 5,122 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
2. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim secara simultan dengan nilai F hitung sebesar 37,928 lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 dan nilai signifiksandi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan pengaruh sebesar 42,7%.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian serta temuan-temuan di lapangan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk Waterboom Pesona Modern Kertak hanyar, Harga dan Kualitas Pelayanan yang memang secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen muslim dalam membeli Produk jasa di Waterboom Pesona Modern Kertak Hanyar, maka

diperlukan kesadaran terhadap pihak Waterboom Pesona Modern Kertak Hanyar untuk selalu berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik dengan mutu yang selalu diperhatikan dan diperbaiki agar para konsumen terus membeli Produk jasa Waterboom Pesona Modern Kertak Hanyar.

2. Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan adalah untuk mencari variabel-variabel lainnya terkait faktor yang memengaruhi kepuasan oleh konsumen Waterboom Pesona Modern Kertak Hanyar. Dari hasil yang didapatkan, harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 42,7%, sedangkan sisanya 57,3% dari total 100% faktor yang diharapkan.