UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uaraian dan pembahasan yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya dan berdasarkan hasil dari perhitungan statistik maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Untuk variabel keunggulan produk (X1) didapatkan nilai t hitung sebesar 2.390. Nilai t tabel pada tingkat signifikan 5% atau 0.05 : 2 = 0.019 (uji dua sisi) dengan derajat bebas df (degree of freedom) = n – k – 1 = 82 – 5 – 1 = 76 adalah sebesar 1,992. Karena t hitung = 2.390 lebih besar dari t tabel = 1,992 maka disimpulkan secara parsial variabel X1 mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli rumah di PT. Ciputra Symphony Pekanbaru.
2. Untuk variabel *price* (X2) didapatkan nilai t hitung sebesar 2.073. Nilai t tabel pada tingkat signifikan 5% atau 0.05 : 2 = 0.042 (uji dua sisi) dengan derajat bebas df (degree of freedom) = n – k – 1 = 82 – 5 – 1 = 76 adalah sebesar 1,992. Karena t hitung = 2.073 lebih besar dari t tabel = 1,992 maka disimpulkan secara parsial variabel X2 mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli rumah di PT. Ciputra Symphony Pekanbaru.
3. Untuk variabel *place* (X3) didapatkan nilai t hitung sebesar 3.207. Nilai t tabel pada tingkat signifikan 5% atau 0.05 : 2 = 0.002 (uji dua sisi) dengan

derajat bebas df (*degree of freedom)* = n – k – 1 = 82 – 5 – 1 = 76 adalah sebesar 1,992. Karena t hitung = 3.207 lebih besar dari t tabel = 1,992 maka disimpulkan secara parsial variabel X3 mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli rumah di PT. Ciputra Symphony Pekanbaru.

4. Untuk variabel *promotion* (X2) didapatkan nilai t hitung sebesar 2.865. Nilai t tabel pada tingkat signifikan 5% atau 0.05 : 2 = 0.005 (uji dua sisi) dengan derajat bebas df (*degree of freedom)* = n – k – 1 = 82 – 5 – 1 = 76 adalah sebesar 1,992. Karena t hitung = 2.865 lebih besar dari t tabel = 1,992 maka disimpulkan secara parsial variabel X4 mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli rumah di PT. Ciputra Symphony Pekanbaru.
5. Untuk variabel *service* (X5) didapatkan nilai t hitung sebesar 2.400. Nilai t tabel pada tingkat signifikan 5% atau 0.05 : 2 = 0.019 (uji dua sisi) dengan derajat bebas df (*degree of freedom)* = n – k – 1 = 82 – 5 – 1 = 76 adalah sebesar 1,992. Karena t hitung = 2.400 lebih besar dari t tabel = 1,992 maka disimpulkan secara parsial variabel X5 mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli rumah di PT. Ciputra Symphony Pekanbaru.
6. Nilai F hitung sebesar 81.007 pada tingkat signifkansi 0,000, artinya dapat dipastikan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel. Hal ini keunggulan produk (X1), *price* (X2), *place* (X3) , *promotion* (X4) *dan service* (X5),

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai kepuasan pelanggan (Y).

7. Nilai R^2 sebesar 0,842 bahwa 84,2% perubahan nilai variabel dependen kepuasan konsumen(Y) dipengaruhi oleh variabel keunggulan produk (X1), *price* (X2), *place* (X3), *promotion* (X4) dan *service* (X5). Selebihnya sebesar 15,8% perubahan nilai dependen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan di atas maka peneliti memberikan saran kepada perusahaan dan penelitian yang akan datang :

1. Perusahaan harus menggunakan semua strategi bauran pemasaran dan pelayanan yaitu keunggulan produk (X1), *price* (X2), *place* (X3), *promotion* (X4) dan *service* (X5) dalam rangka menarik konsumen untuk melakukan pembelian rumah di PT. Ciputra Symphony Pekanbaru.
2. Perusahaan harus meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan sumber pendanaan untuk menjamin keunggulan produk, *price, place promotion* dan *service* berjalan dengan baik.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU