

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut temuan dari analisis data dan diskusi sebelumnya tentang bagaimana lokasi memengaruhi kepuasan pelanggan pada CV. Lubuk Raya Aek Mais Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang maupun jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pengaruh lokasi sangat besar terhadap kelancaran suatu usaha dalam menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Keberhasilan suatu bisnis sangat dipengaruhi oleh lokasi yang strategis, tetapi menentukan lokasi ini sulit ketika anda berada di tengah-tengah proses pembangunan.
2. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan emosi terhadap pengalaman membeli barang atau jasa. Pelanggan tidak puas jika kinerja tidak sesuai dengan harapan mereka, dan mereka akan puas jika kinerja memenuhi harapan mereka. Pelayanan yang diberikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Jika layanan lebih baik, pelanggan akan lebih puas, dan sebaliknya, jika layanan lebih buruk, pelanggan akan lebih tidak puas pada CV. Lubuk Raya Aek Mais Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel lokasi (X) sebesar 14,936 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,665 yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil uji parsial (t), dapat disimpulkan bahwa lokasi berdampak positif secara parsial pada kepuasan pelanggan. Menurut hasil penelitian ini, lokasi memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 74,6% (0,746 dikali 100%), dan variabel tambahan menyumbang 25,4%. Ini menunjukkan bahwa ada faktor tambahan yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada CV. Lubuk Raya Aek Mais Panyabungan Kabupaten

Mandailing Natal memiliki signifikansi variabel lokasi sebesar 0,864 dengan hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Penulis dapat memberikan rekomendasi berikut berdasarkan temuan di atas, yaitu:

1. Bagi peneliti, yaitu dapat memberikan pengalaman yang berguna bagi peneliti untuk dapat berpikir secara analisis dan dinamis di masa yang akan datang.
2. Bagi akademik, digunakan sebagai bahan pustaka atau acuan bagi pihak-pihak peneliti berikutnya.
3. Bagi pemilik CV. Lubuk Raya Aek Mais Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, akan lebih memperhatikan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan fasilitas yang memadai.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian tambahan yang melibatkan variabel selain yang dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2013). *Metode Kuantitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Asnawi, N., & Masyuri. (2011). *Metodologi Riset manajemen Pemasaran*. UIN-Maliki Press.
- Elida. (2023). *Wawancara dengan pemilik CV. Lubuk Raya Aek Mais Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal*.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. GP. Press.
- Kotler, & Armstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Erlangga.
- Kotler, P. et al. (2009). *Manajemen Pemasaran. edisi 13*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 2013. Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua)*. Erlangga.
- Minard. (1994). *Perilaku Konsumen, Edisi 6, Jilid 2*. Binarupa Aksara.
- Mowen, J. ., & Minor, M. 2. (2002). *Perilaku Konsumen*. PT Erlangga.
- Nanang, M. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Skunder*. Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, & Paramita. (2009). Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Priansa, D. J. (2017). *Pengembangan strategi dan model pembelajaran: inovatif, kreatif, dan prestatif dalam memahami peserta didik*.
- Priyatno. (2010). *Sumber Daya Manusia*. Zifatama Publisher.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Andi Offset.
- Riyanti. (2015). Pengaruh Pelayanan, Harga dan lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana Kabupaten Sleman. *Jurnal, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Ruslan, R. (2008). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sani, & Maharani. (2013). *Asumsi Klasik Kuantitatif*. Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, A. (2022). *Analisis Pengaruh Lokasi dan Display Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Fatimah Mart Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion/por Terence A Shimp*.
- Siregar, S. (2012). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Rajawali Press.
- Situmeang, L. . (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sudaryono. (2006). *Manajemen Pemasaran*. CV Andi Offset.
- Sumadi, Suryabrata. (2016). *Metode Penelitian*. CV Andi Offset.
- Tambajong, G. (2013). *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta*

- Manado. *Jurnal EMBA. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi.*
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran.* Indeks.
- Tjiptono, F. (2004). *Teori Kepuasan Pelanggan.* Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2005). *Teori Kepuasan Pelanggan.* Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2011). *Tjiptono, F.* Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian.* Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran.* Indeks.
- Triandini, R. (2018). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung di Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor. *Jurnal : Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.*

