

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk dan kualitas pelayanan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2010, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2010. Dengan kata lain, jika persepsi konsumen tentang harga jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan cocok atau tepat bagi konsumen maka kepuasan konsumen akan tercapai begitu juga sebaliknya karena persepsi konsumen tentang harga jual produk sangat penting untuk menentukan pangsa pasar dan tingkat keuntungan badan usaha. Harga yang ditetapkan suatu badan usaha harus diperhitungkan secara teliti, agar penerapannya tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah. Hal ini mempunyai dampak bagi kelangsungan hidup badan usaha secara keseluruhan terutama untuk menjamin kepuasan konsumen.

2. Ada pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2010. Dengan kata lain, jika perusahaan memiliki kualitas pelayanan konsumen yang baik maka kepuasan konsumen akan meningkat begitu juga sebaliknya. Ini berarti perusahaan atau badan usaha harus dapat mengendalikan kinerja pelayanannya agar sesuai dengan ekspektasi konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka dapat dipastikan cenderung untuk mendekati kepuasan yang diharapkan oleh konsumen. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka secara otomatis telah memberikan nilai yang buruk dalam persepsi konsumen. Baik tidaknya kualitas sebuah pelayanan tergantung pada kemampuan fisik fasilitator (penyedia) dalam memenuhi harapan konsumen.
3. Ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk dan kualitas pelayanan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2010. Dengan kata lain, jika perusahaan dalam menetapkan harga jual produk tepat dan cocok bagi konsumen dan selalu meningkatkan kualitas dalam pelayanan konsumen maka kepuasan konsumen pun akan meningkat dan terjaga. Sebuah perusahaan atau badan usaha harus teliti dalam menentukan harga jual produk serta kualitas pelayanan, dikarenakan konsumen pun menghendaki untuk membeli produk yang memiliki harga jual yang terjangkau serta pelayanan yang baik pula, hal ini perlu dilakukan sebuah perusahaan demi kelangsungan hidup dari perusahaan itu

sendiri, dan hal ini sesuai dengan pepatah yang mengatakan bahwa konsumen adalah raja, maka jangan pernah mengecewakan ekspektasi konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi konsumen tentang harga jual produk dan kualitas pelayanan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2010, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut.

1. Pimpinan dan segenap pengurus Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung hendaknya dapat menetapkan harga jual produk yang standard dan tidak memberatkan konsumen.
2. Pimpinan beserta segenap jajaran pengurus Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung hendaknya dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen sehingga kepuasan konsumen dalam berbelanja dapat terjaga.
3. Pimpinan perusahaan sebaiknya melakukan inovasi kualitas pelayanan yang berbeda dengan perusahaan pesaing, sehingga dapat menjadi *brand image* perusahaan dalam menarik konsumen sebanyak-banyaknya.