

BAB V
KESIMPULAN, SARAN
DAN KETERBATASAN MASALAH

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan AMOS sebagai alat analisis untuk menguji 5 hipotesis penelitian yaitu nilai hedonik terhadap kepuasan konsumen, nilai utilitarian terhadap kepuasan konsumen, nilai hedonik terhadap niat perilaku, nilai utilitarian terhadap niat perilaku, dan kepuasan konsumen terhadap niat perilaku dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1, diperoleh hasil nilai hedonik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena memiliki nilai yang signifikan, sehingga H1 diterima.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, diperoleh hasil bahwa nilai utilitarian tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena memiliki nilai yang tidak signifikan, sehingga H2 tidak diterima.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, diperoleh hasil kepuasan memiliki pengaruh terhadap niat perilaku karena memiliki nilai yang signifikan, sehingga H3 diterima
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4, diperoleh hasil bahwa nilai hedonis tidak berpengaruh terhadap niat perilaku sehingga H4 ditolak.

5. Berdasarkan pengujian hipotesis 5, diperoleh hasil bahwa nilai utilitarian tidak berpengaruh terhadap niat perilaku karena tidak memiliki nilai yang signifikan, sehingga H5 ditolak
6. Berdasarkan pengujian hipotesis 6, diperoleh hasil bahwa kepuasan konsumen merupakan mediasi antara nilai hedonik terhadap niat perilaku.
7. Berdasarkan pengujian hipotesis 7, diperoleh hasil bahwa kepuasan konsumen bukan merupakan mediasi antara nilai utilitarian terhadap niat perilaku.

B. Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai hedonik dan nilai utilitarian dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen merasa bahwa aspek hedonis dan utilitarian pada Pusat kebugaran dapat memberikan kepuasan, Pusat kebugaran harus mampu mempertahankan konsep yang telah ditawarkan dan tetap memberikan tempat yang nyaman serta pelayanan yang memuaskan kepada konsumennya.

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi pemasar yang ingin menarik pelanggan yang lebih banyak. Kepuasan konsumen dapat dipertahankan dan terus ditingkatkan apabila nilai hedonik dan nilai utilitarian, dapat dipertahankan sehingga dapat merubah perilaku konsumen

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya meneliti pengaruh nilai hedonik dan nilai utilitarian terhadap niat perilaku yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Saran penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain sesuai dengan isu diatas, agar dapat memberikan hasil penelitian yang lebih lengkap