

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis data terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap variabel kepuasan konsumen berbelanja di Pasar Pagi Kota Cirebon sebesar 32,96%. Analisis dan olah data menunjukkan bahwa indikator pada variabel fasilitas yang memiliki rata-rata terbesar terdapat pada dimensi fasilitas utama yaitu penempatan kios dan los sudah tertata dengan baik. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi fasilitas utama yaitu keadaan area pasar yang terjaga kebersihannya.
2. Berdasarkan analisis data terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga terhadap variabel kepuasan konsumen berbelanja di Pasar Pagi Kota Cirebon sebesar 34,56%. Analisis dan olah data menunjukkan bahwa indikator pada variabel harga yang memiliki rata-rata terbesar terdapat pada dimensi keterjangkauan harga. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi harga yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Berdasarkan analisis olah data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Pasar Pagi Kota Cirebon. Artinya secara simultan (bersama-sama) fasilitas dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Pasar Pagi Kota Cirebon, yaitu sebesar 67,5%, dengan demikian dapat diketahui bahwa 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

## B. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti setelah melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pada analisis deskriptif variabel Fasilitas (X1) diketahui bahwa nilai terendah nya adalah pernyataan “Kebersihan di lingkungan Pasar Pagi sudah terjaga dengan baik”, oleh karena itu perlu ada nya perhatian yang lebih mengenai kebersihan di Pasar Pagi. Bisa dengan menambah pekerja untuk membersihkan lingkungan pasar, juga menyerukan pentingnya buang sampah pada tempat nya, dengan menyediakan lebih banyak tempat sampah di area pasar.
2. Pada analisis deskriptif variabel Harga (X2) diketahui bahwa nilai terendah nya adalah pernyataan “Harga yang ditentukan oleh Pasar Pagi sesuai dengan kualitas produk yang didapat”, oleh karena itu Pasar Pagi bersama para pedagang, untuk bisa memilah barang dagangan yang akan dipasarkan, agar tidak mengecewakan konsumen.
3. Pada analisis deskriptif variabel Kepuasan Konsumen (Y) diketahui bahwa nilai terendah nya adalah pernyataan “Merasa puas dengan kelengkapan fasilitas yang ada di Pasar Pagi & Akan merekomendasikan Pasar Pagi sebagai tempat untuk berbelanja kepada orang lain” oleh karena itu, penting nya bagi Pasar Pagi untuk meningkatkan fasilitas yang ada, agar konsumen mendapatkan kesan yang baik saat berbelanja dan secara alamiah dengan sendirinya merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Pasar Pagi.