

**BAB V**  
**PENUTUP**

**A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan data di atas dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perhitungan uji F hitung sebesar 14,620 yang berarti hasil uji penelitian ini lebih besar dibandingkan dengan hasil F tabel yaitu  $14,620 > 2,38$  dan nilai signifikansi memperoleh nilai sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari alpha yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Astra International Daihatsu-Bengkel Resmi Daihatsu Makassar. Berdasarkan nilai koefisiensi determinasi sebesar 0,575 atau 57,5% yang artinya 57,5% Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan sedangkan 42,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar Kualitas Pelayanan. Dengan persamaan regresi sebagai berikut  $Y = 5,707 + 0,185X1 + 0,383X2 + 0,670X3 + 0,605X4 + 0,348X5$
2. Hasil perhitungan uji t hitung diketahui bahwa seluruh variabel kualitas pelayang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Astra International Daihatsu Makassar-Bengkel Resmi Daihatsu Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perhitungan signifikansi 0,05 sedangkan Bukti Fisik (X1) 0,022, Keandalan (X2)

0,017, Daya Tanggap (X3) 0,032, Jaminan (X4) 0,001, dan Empati (X5) 0,039

3. Jaminan (X4) berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Astra International – Bengkel Resmi Daihatsu Makassar karena memiliki nilai beta paling tinggi yaitu sebesar 0,323.

#### **B. Saran**

1. Jaminan yang dimiliki oleh karyawan di PT.Astra International Daihatsu-Cabang Makassar memberikan pengaruh besar terhadap Kepuasan Konsumen. Jaminan yang dimiliki perlu dipertahankan lagi dan bagi perusahaan perlu diperhatikan lagi untuk meningkatkan dan mempertahankan jaminan yang diberikan kepada konsumen.
2. Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati yang dimiliki oleh karyawan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menjadi nilai tambah bagi pihak perusahaan. Akan tetapi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti kemudahan dalam mendapatkan pelayanan (tidak membuang waktu untuk layanan yang diinginkan) seperti menambahkan fasilitas pelayanan bengkel yang bisa dipanggil kerumah konsumen sehingga konsumen tidak perlu datang ke bengkel resmi Daihatsu.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independent lainnya seperti promosi dan mencari referensi yang lebih relevan lagi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdiannur. (2021). Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Peserta Didik Jogja Flight Education Center Balikpapan. *Jurnal GeoEkonom*, 140-151.
- Afthanorhan, A. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 13-24.
- ALAM, N. (2020). Service Quality Perception and Customer Satisfaction in . *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 499-504.
- Alcantara, W. (2019). The Classification And Quality Of Service And Hotel Customers' Satisfaction. *International Journal of Emerging Multidisciplinary Research*, 23-32.
- Ali, B. J. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on . *International journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 14-28.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis-Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa : Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 37-44.
- Japarianto, E. (2018). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Retention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Ekspedisi Laut Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vo. 12* , 25-32.
- Kusuma , E. (2018). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator . *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 5* , 42-50.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 13*, 35-39.
- Prihandoyo, C. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan. *Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 80-91.
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). Brand Image, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 27-34.

Sholeha, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15-25.

Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta .

Van-Dat, T., & Quang Huy Vu. (2019). Inspecting the relationship among E-service quality, E-trust, E-customer satisfaction and behavioral. *Global Business & Finance Review*, 29-42.

