

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pia Cap Mangkok Malang, yang dibuktikan dengan nilai Sig. F sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$  (5%).
2. Variabel keandalan (*reability*) mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Pia Cap Mangkok Malang, hal tersebut terbukti koefisien regresi (*Standardized Coefficients Beta*) pada variabel tersebut mempunyai nilai terbesar jika dibandingkan dengan keempat variabel kualitas pelayanan yang lain yaitu dengan nilai koefisien sebesar 0,287.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan atau pemilik selalu berupaya untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan yaitu dengan meningkatkan keramahan para karyawan dalam memberikan pelayanan. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan pelatihan terkait dengan upaya peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.
2. Para karyawan Pia Cap Mangkok Malang harus mampu bekerja secara professional, sehingga pelanggan merasakan bahwa pelayanan yang diberikan benar-benar sesuai dengan harapan.
3. Para karyawan harus mampu memberikan solusi dan penjelasan yang lengkap terkait dengan produk yang ditawarkan sehingga konsumen dapat memilih produk sesuai dengan yang diinginkan.
4. Bagi peneliti lain yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan para pelanggan dan diharapkan untuk menambah jumlah sampel penelitian serta menggunakan alat analisis data yang berbeda.

## Daftar Pustaka

- Ferdinand, Augusty, 2006. Metode Penelitian Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Swasta, Basu dan T. Hani Handoko. 2000. Manajemen Barang dalam Pemasaran. Cetakan Kedua BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2002. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Andi. Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy 2003. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN – JP. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Umar, Husein 2005. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi Baru. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ghozali, Imam 2005. Analisis Multivariate SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2001. Manajemen Pemasaran Indonesia. Buku 2. Salemba empat. Jakarta.
- Sugiyono, 2004. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta. Bandung.
- Suharsimi Arikunto. 1998. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi. Cetakan Kesembilan. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kotler, Philip, 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2001. Manajemen Pemasaran Indonesia, Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2004. Metode Penelitian Administrasi, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2002. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Keenam, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius, Chandra, 2005. Service, Quality, and Satisfaction. Penerbit Andi, Yogyakarta.