

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

1. Variabel-variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan F hitung = 270,570 lebih besar dari F tabel = 2,345 pada probabilitas 0,000.
2. Variabel-variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, memiliki pengaruh signifikan secara parsial dengan kepuasan pelanggan karena masing-masing variabel memiliki nilai t hitung ( $t_{x1} = 6,443$ ;  $t_{x2} = 5,122$ ;  $t_{x3} = 3,222$ ;  $t_{x4} = 3,543$ ;  $t_{x5} = 4,279$  lebih besar dari t tabel = 1,6839.
3. Dari hasil analisis regresi berganda, variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi  $Y = 0,448 + 0,340 X_1 + 0,224X_2 + 0,128X_3 + 0,151X_4 + 0,192X_5$ . Artinya, jika terjadi peningkatan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika terjadi penurunan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan pelanggan.
4. Variabel *tangible* memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya, *tangible* merupakan variabel penting dalam upaya peningkatan

kepuasan pelanggan jika dibandingkan dengan variabel lainnya, sehingga Hipotesis II diterima ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,448.

## B. Saran-Saran

1. Dalam upaya mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pelanggan agar Dealer tetap eksis dalam persaingan, maka pengelola Dealer Blimbing Motor Jl. A Yani hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* karena telah terbukti memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan hendaknya didukung dengan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang memadai sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen, transaksi dapat dilakukan dengan baik, tepat dan cepat.
3. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan bagi karyawan, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan konsumen, misalnya melatih karyawan dengan teknik-teknik berkomunikasi yang menarik dan mampu mempengaruhi konsumen untuk loyal terhadap dealer.
4. Karyawan hendaknya juga dibekali dengan ketrampilan khusus sehingga mampu menangani keluhan pelanggan dengan baik dan cepat, sehingga pelanggan merasa senang dan puas terhadap Dealer.
5. Karyawan hendaknya memiliki perhatian yang tinggi kepada pelanggan, seperti dapat mengenali pelanggan dengan baik, mengingat keluhan pelanggan sebelumnya, dan dapat menjadi pendengar yang baik dan sabar.
6. Bagi peneliti lain hendaknya mengembangkan pada variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti bauran pemasaran jasa, perilaku konsumen, dan sebagainya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi revisi. Cetakan keempat. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, Suharsimi, 1996, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi IV, Cetakan Kesebelas, Rineka Cipta, Jakarta.
- David. 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Optindo Surabaya*. Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Gozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Revisi. Prenhalindo. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Peter, Paul J., & Olson, Jerry C. 2000. *Consumer Benavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan Damos Sihombing. Edisi 4. Jilid 1. Cetakan 1. Erlangga. Jakarta.
- Permana, Agus. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada LKM Adiartha Mandiri Singosari (Studi Pada Nasaba Kredit LKM Adiartha Mandiri Singosari)*. Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Safa'at, 2008. *Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Balikpapan A. Yani)*. Skripsi Tidak Dipublikasikan.

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan keenam. Alfabeta. Bandung.

Tjiptono, Fandi. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Cetakan pertama. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Bayumedia. Malang.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2005. *Service, Quality Satisfaction*, Andy Offset. Yogyakarta.

