

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Kepuasan Konsumen. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Keberwujudan (X_1), Kehandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), Empati (X_5) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Pengaruh secara simultan (bersama-sama) tiap variabel bebas terhadap Kepuasan Konsumen dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel Kepuasan Konsumen dapat diterima.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas (Keberwujudan (X_1), Kehandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), Empati (X_5)) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y) dilakukan dengan pengujian t-test. Berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa terdapat lima variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yaitu ` Kehandalan (X_1), Responsif (X_2), Empati (X_4), Berwujud (X_5)

3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Responsif mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel Responsif mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel Keyakinan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan perusahaan untuk secara terus menerus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan guna memberikan kepuasan. Variabel Daya Tanggap memberikan pengaruh yang paling tinggi, agar *customer service* selalu responsif kepada pelanggan.
2. Diharapkan pihak perusahaan dapat meningkatkan Keyakinan, karena variabel Keyakinan mempunyai pengaruh yang paling rendah dalam mempengaruhi Keputusan Konsumen, diantaranya yaitu dengan meningkatkan kemampuan *customer service* sehingga Kepuasan Konsumen akan meningkat.
3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-

variabel lain yang merupakan variabel diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini.

4. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang diharapkan lebih memperluas lagi dari penelitian sebelumnya baik variabel maupun objek yang diteliti.



Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2010, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan dan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Fariza, Safira, 2017 “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets. (diakses 10 Maret 2018)
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metodologi Penelitian Management*, CV.Indoprint.
- Irawan, H. 2007. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta
- Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Jakarta.
- Limakrisna, Nandan dan Parulian P, Togi. 2017, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis (Edisi 2)*. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa (Terjemahan)*. PT. Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat & A Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Nandy, Wahyu dan Widiartanto, 2014, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel Santika Premier Semarang”. *Journal of social and politic*. Hal. 1-10. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>. (diakses 10 Oktober 2017).
- Prasetijo, Ristiyanti dan J.O.I Ihalauw, John. 2005, *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sujarweni, Wiranata V. 2015, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. PT. Pustaka Baru, Yogyakarta.
- Swasta, Basu. 2009, *Azas-Azas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2016, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004, *Manajemen Jasa*. Andy Offset, Yogyakarta.
- Wisnalmawati. 2005. Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153-165