BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

1.1. Simpulan

Penelitian ini menjelaskan "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: PT. Sinar Sosro Area Pemasaran Purwakarta)". Bersumber pada rumusan masalah yang sudah dikemukakan oleh penulis sebelumnya dan hasil pengukuran data pada Bab IV dan pembahasan, maka bisa diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Bersumber pada hasil uji parsial (t) dikemukakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT Sinar Sosro Purwakarta, dengan nilai koefisien positif $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 15,954 > 1,991 dengan taraf signifikan < 0,05 yakni 0,000. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya didapat interpretasi, ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT Sinar Sosro Purwakarta. Berdasarkan hal tersebut maka H1 dapat diterima.

5.1.2 Bersumber pada hasil uji parsial (t) membuktikan bahwa pengaruh produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT Sinar Sosro Purwakarta, dengan taraf positif koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ 18,302 > 1,991 dengan taraf signifikan < 0,05 yaitu 0,000. Maka bisa disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya di dapat interpretasi terdapat pengaruh yang signifikan antara produk dengan kepuasan pelanggan. Area Pemasaran PT Sinar Sosro Purwakarta. Berdasarkan hal tersebut, H2 dapat diterima.

5.1.3 Bersumber pada hasil uji parsial (t) membuktikan bahwa pengaruh promosi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT Sinar Sosro Purwakarta, dengan taraf positif koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ 15,437 > 1,991 dengan nilai signifikan < 0,05 yakni 0,000. Maka diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya didapat interpretasi, ada pengaruh yang signifikan antara promosi dengan kepuasan pelanggan PT Sinar Sosro Purwakarta. Berdasarkan hal tersebut maka H3 dapat diterima.

5.1.4 Pada penelitian ini juga menerapkan metode CSI *(Customer Satisfaction Index),* metode ini bertujuan guna menilai kepuasan pelanggan berdasarkan beberapa dimensi. Berdasarkan perhitungan CSI pada bab sebelumnya, yaitu:

Didapatkan skor sebesar 76,60% yang terdapat pada posisi rentang 0,66-0,80 yang berarti pelanggan merasa puas terhadap PT Sinar Sosro Purwakarta secara keseluruhan yang dapat dilihat berdasarkan kemampuan dan kepentingan atribut-atributnya "terpenuhi" dalam kriteria.

5.1.5 Berdasarkan hasil uji H4 terlihat kualitas pelayanan, produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berdasarkan taraf perhitungan $f_{tabel} > f_{tabel}$ atau 140.095 > 2.71 dengan nilai signifikan < 0,05 yakni 0,000. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_{a4} diterima yang berarti kualitas pelayanan, produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Sosro Purwakarta. Bersumber pada uji koefisien determinasi (R^2) atau R-kuadrat senilai 0,830 atau 83%, sedang sisanya (100%-83%) = 0,17% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, dengan kata lain setiap perubahan yang terdapat pada kualitas pelayanan, produk dan promosi, dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.2. Implikasi

Implikasi berikut mengikuti dari kesimpulan yang dijelaskan:

Implikasi yang didapatkan oleh penulis adalah untuk menambah pengetahuan penulis tentang kualitas pelayanan, produk dan dukungan kepuasan pelanggan di PT Sinar Sosro Purwakarta.

Implikasi dari PT Sinar Sosro Purwakarta harus terus meningkatkan kualitas pelayanan, produk dan promosi terutama dalam sikap "menerima masukan dari pelanggan".

Implikasi bagi pembaca adalah peningkatan pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan, produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di PT Sinar Sosro Purwakarta.

5.3. Rekomendasi

Dari penelitian yang dilakukan, rekomendasi yang diberikan ialah sebagai berikut ini:

5.3.1 Untuk PT. Sinar Sosro jajaki area pemasaran Purwakarta

Diharapkan terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan, produk dan promosi khususnya dalam dimensi penerimaan masukan dari pelanggan. Kerjasama yang baik antara pelanggan dan perusahaan yang menghasilkan lebih banyak penjualan dan kepuasan pelanggan dapat selalu terpenuhi. Dan perusahaan diharapkan dapat menggunakan tools CRM agar dapat memberikan pengalaman kepada pelanggan.

5.3.2 Kepada Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini jumlah populasi dan sampel diharapkan dapat ditingkatkan agar dapat menyampaikan hasil yang berbeda yang dapat diperoleh lebih akurat mengingat jumlah pelanggan yang terus meningkat setiap hari. Untuk memperoleh penelitian yang lebih baik lagi maka, dibantu oleh teori yang relevan, perlu juga ditambahkan kepustakaan penelitian yang dapat membantu tema yang dianalisis. Dan selain variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini untuk mengukur variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.