

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti menarik kesimpulan dari penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Kota Batam adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji perbandingan antara t hitung dan t tabel didapatkan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga, berdasarkan perbandingan nilai tersebut disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Oleh karena itu apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maxim sesuai dengan harapan pelanggan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Maxim.
2. Berdasarkan hasil uji perbandingan nilai t hitung dan t tabel terhadap pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) didapatkan hasil bahwa nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Oleh karena itu, apabila maxim dapat memberikan kualitas produk yang menarik dan

dapat memudahkan pelanggan dalam penggunaannya maka kepuasan pelanggan akan terus meningkat terhadap layanan yang diberikan Maxim.

3. Berdasarkan hasil uji perbandingan nilai t hitung dan t tabel terhadap pengaruh promosi (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) didapatkan hasil nilai t hitung lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Oleh karena itu, jika pihak Maxim dapat terus memberikan promosi yang menarik kepada pelanggan maka akan tercapai kepuasan pelanggan.
4. Berdasarkan hasil nilai f hitung didapatkan hasil bahwa nilai f hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai f tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan promosi (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat terpenuhi jika kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi pada layanan jasa transportasi online Maxim di Kota Batam berjalan dengan baik dan sesuai dengan harapan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan

Pelanggan Maxim di Kota Batam, sehingga peneliti dapat memberikan saran kepada pihak layanan jasa transportasi online Maxim di Kota Batam :

1. Peneliti berharap Maxim di Kota Batam dalam meningkatkan kualitas pelayanan dapat dengan memberikan pelayanan yang baik, melayani pelanggan dengan ramah dan sopan serta dapat mendahulukan kepentingan pelanggan sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan dan terciptanya kepuasan pelanggan yang baik.
2. Peneliti berharap Maxim di Kota Batam dalam meningkatkan kualitas produk dapat dengan memperbaiki kinerja produk, memperhatikan fungsi atau kegunaan setiap fitur layanan dan memberi kemudahan kepada pelanggan dalam penggunaannya sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai.
3. Peneliti berhadap Maxim di Kota Batam dalam meningkatkan promosi dengan menambah promosi yang lebih menarik, memberikan penawaran yang terbaik bagi pelanggan yang sering menggunakan layanan sehingga dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan dan tujuan kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambah atau menggunakan variabel bebas lainnya agar dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Batam.