

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasar hasil penelitian sejumlah konklusi yang mampu dituliskan adalah :

1. Secara parsial Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan erafone grapari telkomsel Batam Centre. Hal itu mampu ditinjau angka t hitung guna motivasi ialah  $15,085 > t$  tabel yakni 1.967, serta angka signifikan dari kualitas pelayanan yakni  $0,000 < \alpha$  0,05.
2. Secara parsial promosi mempunyai dampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan erafone grapari telkomsel Batam Centre. Hal itu mampu ditinjau dari angka t hitung guna promosi adalah  $8,451 > t$  tabel ialah 1,967. Dikatakan signifikan dikarenakan nilai signifikan dari variabel kedisiplinan yakni  $0.000 < \alpha$  0,05.
3. Secara simultan kualitas pelayanan serta promosi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan erafone grapari telkomsel Batam Centre. Perihal itu mampu ditinjau dari F hitung ialah  $446,084 > F$  tabel 2,64, beserta sig  $0.000 < 0.05$ , sampai bisa maknanya kualitas pelayanan beserta promosi secara bersamaan memiliki dampak yang signifikan kepada kepuasan pelanggan.

## 5.2 Saran

1. Perusahaan wajib memfokuskan pelayanan yang diberi ke pelanggan bersama pelayanan yang baik hingga pelanggan akan berkunjung kembali untuk datang membeli barang yang dijual perusahaan Erafone grapari telkomsel Batam Centre wajib memfokuskan pelayanan yang diberinya bersama pelanggan bersama memberi pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasakan senang dan berkunjung kembali untuk membeli barangnya.
2. Promosi merupakan wujud pengenalan pengenalan produk baru yang dijual atau mengingat produk yang dijual perusahaan. Perusahaan wajib gencar melakukan promosi supaya barangnya selalu diingat pelanggannya. Erafone grapari telkomsel Batam Centre wajib membuat strategi menjadikan pelanggan selalu tertarik dan mengingat produk yang dijual layaknya iklan dimedia sosial, di televisi, di majalah dan lainnya hingga akan menjadikan keberlangsungan perusahaan kedepannya
3. Amat direkomendasikan studi berikutnya hendaknya, total respondent ditambahkan, contohnya bersama menentukan sampel studi mempergunakan sampel perseroan yang semacam, hingga kegunaan studi jauh lebih berefek guna citra merek serta kualitas pelayanan terhadap perseroan itu.