BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Solid Sukses Ekspresindo. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai t hitung sebesar $2,200 > t$ tabel $1,98027$ dengan nilai signifikansi $0,030 < \text{nilai alpha } 0,05$ yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Solid Sukses Ekspresindo di Kota Batam.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Solid Sukses Ekspresindo. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai t hitung sebesar $3,620 > t$ tabel $1,98027$ dengan tarif signifikansi $0,000 < \text{nilai alpha } 0,05$ yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Solid Sukses Ekspresindo di Kota Batam.
3. kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Solid Sukses Ekspresindo. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil F hitung sebesar $12,476 > F$ tabel $3,07$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \text{nilai alpha } 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan dan harga secara

bersamaan dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Solid Sukses Ekspresindo.

5.1 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Pihak perusahaan perlu menjaga kualitas pelayanan supaya pelanggan akan merasa nyaman terhadap sikap dan perilaku karyawan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan setia untuk memilih jasa perusahaan tersebut dan kepuasan akan terus meningkat.
2. Perusahaan perlu meningkatkan hasil pendapatan dan memberikan harga ongkir pengiriman sesuai harapan pelanggan. Diharapkan perusahaan terusmeningkatkan kualitas pelayanan dan harga agar mencapai kepuasan pelanggan secara maksimal.
3. Berdasarkan hasil uji R², variabel bebas (kualitas Pelayanan dan harga) berpengaruh sebesar 17,5% terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) dan sisanya sebanyak 82,5% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya. Diharapkan peneliti selanjutnya menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.