

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berlandaskan pembahasan yang sudah dijabarkan diatas, maka kesimpulan yang diambil oleh peneliti terdiri dari:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di kota Batam. Diterimanya hipotesis pertama pada penelitian ini berpedoman dengan hasil uji t parsial dengan perolehan angka t hitung positif 7,674 dengan signifikan bernilai 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05.
2. Promosi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di kota Batam. Hasil penelitian yang terlihat pada tabel t, secara parsial menghasilkan nilai promosi produk positif 2,282 dan 0,024 merupakan signifikannya sehingga lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05, hal ini membuat diterimanya hipotesis kedua yang sudah dipaparkan dalam penelitian ini.
3. Kualitas Pelayanan dan Promosi Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di kota Batam. Merujuk pada hasil uji F yang telah didapatkan, variabel kualitas pelayanan dan promosi produk bersignifikan sebesar 0,000 lebih kecil daripada  $\alpha$  0,05 dan berpengaruh positif sebesar

35,919, hal ini memberikan keputusan final yakni diterimanya hipotesis ketiga pada penelitian ini.

## **5.2 Saran**

Berikut yang dapat diajukan sebagai saran oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Pihak PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam diharapkan lebih memfokuskan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan keluhan-keluhan pelanggan. Saran saya untuk perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah menegur karyawan yang tidak sesuai dengan peraturan perusahaan berupa teguran (memberikan surat peringatan), memotong gaji jika karyawan melanggar peraturan.
2. Karyawan PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam didambakan dapat menaikkan level kualitas pelayanan sehingga terwujudnya kepuasan pelanggan kemudian pelanggan akan senantiasa membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.
3. Semoga para peneliti selanjutnya bisa memperluas pembahasan untuk telaah eksperimen percobaan studi menggunakan faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.