

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 <$ nilai α (alpha) sebesar $0,05$ dan juga nilai $t_{hitung} 7.253 >$ nilai $t_{tabel} = 0,677$ sehingga menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. (Sehingga **H1 Diterima**).
2. Promosi (X_2) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 <$ nilai α (alpha) sebesar $0,05$ dan juga nilai $t_{hitung} 6.220 >$ nilai $t_{tabel} = 0,677$ sehingga menunjukkan bahwa variabel Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. (Sehingga **H2 Diterima**).
3. Harga (X_3) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,013 >$ nilai α (alpha) sebesar $0,05$ dan juga nilai $t_{hitung} -2.538 <$ nilai $t_{tabel} = 0,677$ sehingga menunjukkan bahwa variabel Promosi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. (Sehingga **H3 Diterima**).
4. Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga dengan Uji F, didapati nilai probabilitas signifikansi $0,000 <$ nilai α (alpha) sebesar $0,05$ dan juga nilai $f_{tabel} 2,700 <$ $75.369 f_{hitung}$ sehingga memberikan keputusan bahwa semua variabel independen (Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga) secara

bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) secara signifikan. (Sehingga **H4 Diterima**).

5. Pada penelitian dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan variabel paling dominan dibandingkan dengan variabel independen lain yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada perusahaan PT. Pos Indonesia Semarang, hal ini diketahui dari hasil Regresi Linier Berganda (Tabel 4.15), dimana nilai koefisien Kualitas Pelayanan lebih besar dari variabel independen lain.

6. Persamaan nilai Linier Berganda adalah :

$$Y = 2.356 + 0,818 X_1 + 0,409 X_2 - 0,317 X_3 + e.$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstan pada persamaan diatas sebesar 2.356 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen lainnya bernilai 0, maka nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 2.356.
- b. Kualitas Pelayanan (X_1) koefisiennya sebesar 0,818 menunjukkan bahwa apabila Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,818.
- c. Promosi (X_2) koefisiennya sebesar 0,409 menunjukkan bahwa apabila Promosi mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,409.

d. Harga (X_3) Koefisiennya sebesar $-0,317$ menunjukkan bahwa apabila Harga mengalami penurunan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar $0,317$. Dan juga sebaliknya apabila Harga mengalami Peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan akan mengalami penurunan sebesar $0,317$

7. Besarnya *R Square* sebesar $0,702$ atau sebesar $70,2\%$ selebihnya sebesar $29,8\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di analisis dalam hasil penelitian ini.

5.2 Saran

1. Bagi para peneliti lain dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan memasukkan variabel-variabel selain Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga. Hal ini didasarkan pada nilai *R Square* sebesar $70,2\%$ sehingga masih ada potensi variabel lain dalam penelitian dengan orientasi Kepuasan Pelanggan sebesar $29,8\%$
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen dan untuk menilai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di PT. Pos Indonesia Semarang. Sehingga penelitian ini, peneliti yang akan datang itu menambah variabel baru dan rasio-rasio probabilitas lain dan menghubungkannya untuk mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan di PT. Pos Indonesia Semarang. dan juga dengan periode penelitian yang lebih panjang.

3. Bagi para pemegang kebijakan di PT. Pos Indonesia Semarang, harapan dapat menggunakan informasi yang diberikan dari penelitian ini yaitu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, Promosi, dan Harga. Sehingga kebijakan-kebijakan ini yang ditetapkan oleh perusahaan, dapat membuat perusahaan menjadi lebih baik.

