

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari hasil penelitian, penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, bagaimana Persepsi Nilai berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Citra Merek, bagaimana Persepsi Nilai berpengaruh terhadap Citra Merek, bagaimana Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, bagaimana Citra Merek memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan bagaimana Citra Merek memediasi Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan. Setelah peneliti mendapatkan data dari responden dalam bentuk kuesioner yang telah diisi, peneliti mengolah data dengan model pengukuran (*outer model*) pengujian struktural (*inner model*) dan uji signifikansi menggunakan program aplikasi Smart Partial Least Square (PLS) versi 4.0 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan variabel bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 0.434 dengan T statistic-nya sebesar  $3.930 > 1.96$  dan P-values sebesar  $0.002 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan variabel bahwa Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 0.511 dengan T statistic-nya sebesar  $4.973 > 1.96$  dan P-values sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan variabel bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek yaitu sebesar 0.441 dengan T statistic-nya sebesar  $3.794 > 1.96$  dan P-values sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek.
4. Hasil dari pengujian hipotesis keempat menunjukkan variabel bahwa Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek yaitu sebesar 0.409 dengan T statistic-nya sebesar  $3.368 > 1.96$  dan P-values sebesar  $0.001 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek.
5. Hasil dari pengujian hipotesis kelima menunjukkan variabel bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 0.343 dengan T statistic-nya sebesar  $3.070 > 1.96$  dan P-values sebesar  $0.002 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
6. Hasil dari pengujian hipotesis keenam menunjukkan variabel bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap

Kepuasan Pelanggan melalui Citra Merek yaitu sebesar 0.151 dengan T statistic-nya sebesar  $2.542 > 1.96$  dan P-values nya sebesar  $0.011 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan sebagai variabel yang memediasi pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

7. Hasil dari pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan variabel bahwa Persepsi Nilai mempunyai pengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Citra Merek yaitu sebesar 0.140 dengan T statistic-nya sebesar  $2.097 > 1.96$  dan P-values nya sebesar  $0.036 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan sebagai variabel yang memediasi pengaruh tidak langsung Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan.

## **5.2. Saran**

Adapun saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Saran-saran peneliti sebagai berikut:

1. Bagi akademis, apabila ingin melakukan penelitian serupa diharapkan untuk melakukan penelitian dengan cakupan yang lebih luas, menambah variabel-variabel lain diluar penelitian ini serta diharapkan mampu menambah indikator-indikator terhadap variabel yang akan diteliti. Penelitian berikutnya diharapkan lebih teliti dalam memilih sampel penelitian, sehingga tingkat keakurasian hasil data lebih akurat. Selain itu, juga diharapkan lebih objektif dalam interpretasi hasil analisis data, sehingga semakin ilmiah investigasi penelitian.

2. Bagi perusahaan, diharapkan kepada seluruh petugas Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal dapat melakukan pengawasan dengan benar dan merata. Melakukan pengkajian ulang terhadap masalah-masalah yang timbul dan memperbaiki kinerja pelayanan publik agar permasalahan-permasalahan mengenai tidak ada air dan air keruh dapat segera diselesaikan.