

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini terlihat dari Nilai t hitung untuk kualitas pelayanan adalah sebesar 2,531, t tabel 2,004 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini terlihat dari Nilai t hitung untuk harga adalah sebesar 3,934, t tabel 2,004 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Secara parsial Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini terlihat dari Nilai t hitung untuk promosi adalah sebesar 3,095, t tabel 2,004 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Secara parsial Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini terlihat dari Nilai t hitung untuk fasilitas adalah sebesar 3,594, t tabel 2,004 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
5. Nilai F tabel pada distribusi $Df_1=k$, $df_2=n-1-k=60-1-5=54$, sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 5 pada baris ke 54 yaitu 2,38, maka

berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa nilai F hitung $71,505 > 2,38$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

6. Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,920. Hal ini berarti 92,00% variabel independent yaitu variabel kualitas pelayanan, harga, promosi dan kepuasan konsumen memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan konsumen, dan sisanya sebesar 8,00% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan seperti promosi, fasilitas dll.

B. Saran

1. Bagi Cafe Teraswara

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan kepada pihak Cafe Teraswara dalam menyusun dan mengambil keputusan terkait dengan variabel yang diteliti.

2. Bagi Seluruh Karyawan

Penelitian ini di harapkan mampu menjadi pendorong untuk selalu berusaha meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti di masa mendatang

Bagi peneliti di masa mendatang diharapkan lebih teliti dalam melakukan penelitian, seperti memahami dengan baik isi kuesioner yang di sebarakan kepada responden, agar data yang diperoleh benar-benar menunjukkan

karakteristik dari responden, dan sebisa mungkin mencegah responden menjawab secara sembarangan