

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa warnet Sky.net Jorong Kuranji, Kabupaten Lima Puluh Kota, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel reliability (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t = 3.059 > 1.984$ dan nilai signifikansi $0.003 < 0.05$. Artinya variabel reliability (keandalan) yang diberikan oleh karyawan Sky.Net terhadap kepuasan pelanggan adalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sky.Net Jorong Kuranji, Kabupaten Lima Puluh Kota. Semakin tinggi responsiveness (daya tanggap) dalam pelayanan, maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan pada jasa Sky.Net Jorong Kuranji Kabupaten Lima Puluh Kota.
2. Variabel responsiveness (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t = 1.988 > 1.984$ dan nilai signifikansi $0.050 < 0.05$. Artinya variabel responsiveness (daya tanggap) yang diberikan oleh karyawan Sky.Net terhadap kepuasan pelanggan adalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sky.Net Jorong Kuranji, Kabupaten Lima Puluh Kota. Semakin tinggi responsiveness (daya tanggap) dalam pelayanan, maka akan semakin

meningkat kepuasan pelanggan pada jasa Sky.Net Jorong Kuranji Kabupaten Lima Puluh Kota.

3. Variabel assurance (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t = 3.021 > 1.984$ dan nilai signifikansi $0.003 < 0.05$. Artinya variabel assurance (jaminan) yang diberikan oleh karyawan Sky.Net terhadap kepuasan pelanggan adalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sky.Net Jorong Kuranji, Kabupaten Lima Puluh Kota. Semakin tinggi assurance (jaminan) dalam pelayanan, maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan pada jasa Sky.Net Jorong Kuranji Kabupaten Lima Kota.
4. Variabel empathy (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t = 2.092 > 1.984$ dan nilai signifikansi $0.039 < 0.05$. Artinya variabel empathy (empati) yang diberikan oleh karyawan Sky.Net terhadap kepuasan pelanggan adalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sky.Net Jorong Kuranji, Kabupaten Lima Puluh Kota. Semakin tinggi empathy (empati) dalam pelayanan, maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan pada jasa Sky.Net Jorong Kuranji Kabupaten Lima Puluh Kota.
5. Variabel tangible (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t = 5.036 > 1.984$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Artinya variabel tangible (bukti fisik) yang diberikan oleh karyawan Sky.Net terhadap kepuasan pelanggan adalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sky.Net Jorong Kuranji,

Kabupaten Lima Puluh Kota. Semakin tinggi tangible (bukti fisik) dalam pelayanan, maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan pada jasa Sky.Net Jorong Kuranji Kabupaten Lima Puluh Kota.

6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kendalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan didapat nilai F_{hitung} sebesar $21.471 > F_{tabel} 2.472$ dan signifikansi 0,000, karena nilai $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} dan probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih jauh mengenai dimensi kualitas pelayanan lain yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa warnet Sky.Net yang belum disebutkan dalam pembahasan dan penelitian ini.
2. Bagi perusahaan diharapkan warnet Sky.Net Jorong Kuranji lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar pelanggan merasa puas dan akan menjadi pelanggan yang loyal terhadap jasa warnet Sky.Net Jorong Kuranji Kabupaten Lima Puluh Kota. Layanan yang sudah baik diharapkan dapat dipertahankan atau semakin ditingkatkan agar pelanggan merasa kenyataan yang di terimanya sesuai dengan apa yang diharapkannya.