

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah peneliti uraikan di bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan bahwa Bukti Fisik (X1), Empati (X2), Ketanggapan (X3), Keandalan (X4), Jaminan (X5) berpengaruh pada kepuasan konsumen (Y).

Hal ini dilihat dari :

1. Hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel Bukti Fisik (X1), Empati (X2), Ketanggapan (X3), Keandalan (X4), Jaminan (X5) lebih besar dari t tabel yaitu 1,986 dengan signifikansi $\alpha < 5\%$.
2. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kontribusi dimensi kualitas layanan pada kepuasan konsumen Biro Jasa Sugiyono 88 di Bandar Lampung sebesar $R^2 = 0.449$ atau sebesar 44.9%, dan sisanya sebesar 55.1% dipengaruhi oleh variabel lain seperti *experiential marketing*, dan harga yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Jika dilihat dari nilai koefisien regresi yang menunjukkan besar pengaruh variabel masing-masing dimensi kualitas layanan maka variabel jaminan menunjukkan pengaruh terbesar $\beta = 0,286$. Namun, masih ada responden yang memberikan tanggapan Tidak Setuju dan cenderung Tidak Setuju dalam kategori Netral salah satunya yaitu dalam karyawan belum memiliki

pengetahuan yang cukup untuk menanggapi pertanyaan konsumen dengan tepat.

4. Variabel empati (*Emphaty*) mendapat nilai pengaruh pada kepuasan konsumen tertinggi kedua yaitu $\beta = 0,268$. Namun, masih ada responden yang memberikan tanggapan Tidak Setuju dan cenderung Tidak Setuju dalam kategori Netral salah satunya yaitu jam operasional Biro Jasa Sugiyono 88 masih belum nyaman untuk beberapa konsumen.
5. Variabel keandalan (*Realibility*) mendapat nilai pengaruh pada kepuasan konsumen tertinggi ketiga yaitu $\beta = 0,223$. Namun, masih ada responden yang memberikan tanggapan Tidak Setuju dan cenderung Tidak Setuju dalam kategori Netral salah satunya yaitu Biro Jasa Sugiyono 88 belum melakukan layanan sesuai dengan yang dijanjikan
6. Variabel daya tanggap (*Responsive*) mendapat nilai pengaruh pada kepuasan konsumen tertinggi keempat yaitu $\beta = 0,180$. Namun, masih ada responden yang memberikan tanggapan Tidak Setuju dan cenderung Tidak Setuju dalam kategori Netral salah satunya yaitu karyawan belum cepat merespon permintaan konsumen.
7. Variabel bentuk fisik (*tangibles*) mendapat nilai pengaruh pada kepuasan konsumen terendah yaitu $= 0,167$. Namun, masih ada responden yang memberikan tanggapan Tidak Setuju dan cenderung Tidak Setuju dalam kategori Netral salah satunya yaitu material cetak yang berhubungan dengan layanan belum menarik secara visual (bukti penyerahan berkas, kwitansi pembayaran dll).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh oleh peneliti maka yang dapat peneliti sarankan terhadap layanan Biro Jasa Sugiyono 88 ialah sebagai berikut :

A. Bagi Perusahaan

1. Perusahaan sebaiknya senantiasa mempertahankan dan meningkatkan dimensi jaminan (*Assurance*), hal ini disebabkan variabel jaminan (*Assurance*) merupakan variabel dominan pertama yang berpengaruh besar pada kepuasan konsumen. Peningkatan dimensi jaminan (*Assurance*) bisa dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan bagaimana cara melayani konsumen dengan baik dan menambah wawasan konsumen tentang produk layanan jasa yang ada agar karyawan bisa memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen
2. Perusahaan sebaiknya meningkatkan dimensi empati (*Emphaty*) dengan cara melatih keterampilan komunikasi karyawan agar lebih komunikatif dan memahami kebutuhan pelanggan, karena konsumen merasa diperhatikan dan diutamakan.
3. Perusahaan sebaiknya meningkatkan dimensi keandalan (*Realibility*), dengan cara karyawan memberikan pelayanan yang baik dan benar. Selain itu kinerja karyawan harus ditingkatkan dengan cara memotivasi karyawan agar bekerja lebih baik, manajemen Biro Jasa Sugiyono 88 dapat memberikan piagam penghargaan kepada karyawan yang berkinerja baik pada setiap bidang yang ada, serta menampilkan foto karyawan berprestasi di ruang tunggu atau bagian informasi.

4. Perusahaan sebaiknya meningkatkan dimensi daya tanggap (*Responsive*), yaitu kecepatan karyawan dalam melayani konsumen serta ketersediaan karyawan saat konsumen mengalami kesulitan melengkapi syarat-syarat kepengurusan surat kendaraan bermotor yang diperlukan, dengan segera karyawan harus membantu konsumen untuk menyelesaikannya.
5. Perusahaan sebaiknya meningkatkan dimensi bentuk fisik (*tangibles*) dengan cara membuat material cetak (bukti penyerahan berkas, kwitansi pembayaran dll) yang berhubungan dengan layanan lebih menarik lagi contohnya membuat kwitansi pembayaran terdapat logo Biro Jasa Sugiyono 88 yang sudah dicetak. Karena terdapat respon negatif soal tempat parkir yang kurang, sebaiknya Biro jasa Sugiyono 88 pindah ke tempat yang strategis didekat jalan arteri dan mencari tempat yang memiliki lahan parkir yang cukup.

B. Bagi Peneliti Berikutnya

1. Peneliti lain diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dengan menambahkan variabel-variabel bebas lainnya agar lebih luas cakupannya, sehingga dapat memperkaya ilmu mengenai kepuasan pelanggan dalam bidang jasa.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu hanya memakai variabel kualitas layanan saja, dan penelitian ini hanya melihat dari satu sisi yaitu kepuasan konsumen Biro Jasa Sugiyono 88 mengenai Kualitas Layanan (X).