

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis dan pembahasan tentang Pengaruh Pelayanan Pesan Antar pada Restoran Cepat Saji Mc Donald terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan sebagai berikut :

1. Hasil uji secara simultan dengan menggunakan uji F terdapat pengaruh pada semua pelayanan pesan antar yang terdiri dari tangible (X_1), empathy (X_2), reliability (X_3), responsiveness (X_4), dan assurance (X_5) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) karena nilai F_{hitung} ($17,60$) $> F_{tabel}$ ($2,32$)
2. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t terhadap masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap keputusan Kepuasan Pelanggan (Y), dikarenakan nilai t_{hitung} ($2,100$) $> t_{tabel}$ ($1,985$) untuk tangible (X_1), empathy (X_2) t_{hitung} ($2,598$) $> t_{tabel}$ ($1,985$), reliability (X_3) t_{hitung} ($2,558$) $> t_{tabel}$ ($1,985$), responsiveness (X_4) t_{hitung} ($3,144$) $> t_{tabel}$ ($1,985$), dan assurance (X_5) t_{hitung} ($2,984$) $> t_{tabel}$ ($1,985$)
3. Hasil uji pada nilai R Square adalah sebesar 0,494 Nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa dari variabel yang diteliti yaitu variabel pelayanan pesan antar yaitu dapat menjelaskan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 49,4%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 50,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, artinya nilai ini dapat

naik atau turun apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model yang diuji.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi Perusahaan

- a. Pada indikator *tangible* perusahaan agar mengawasi petugas pelayanan pesan antar agar dapat mengenakan seragam dengan baik dan rapi
- b. Pada indikator *emphaty* hendaknya petugas pelayanan pesan antar dapat meningkatkan waktu operasional dengan baik dan tepat waktu.
- c. Pada indikator *reliability* petugas pelayanan pesan antar dalam melakukan tugasnya tidak membeda-bedakan konsumen, dengan memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pelanggan.
- d. Pada indikator *Responsivness* petugas pelayanan pesan antar agar memperbaiki cara komunikasi dan pemberian informasi kepada pelanggan sehingga dapat dimengerti oleh pelanggan.
- e. Pada indikator *assurance* petugas pelayanan pesan antar agar meningkatkan penjagaan terhadap kualitas produk dengan menjaga kemasan agar tetap baik dan rapi sampai barang diterima oleh pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar para peneliti bisa menggunakan indikator yang lain tentang manajemen pemasaran yang mencakup faktor kualitas pelayanan jasa.