

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji-F dapat diterangkan bahwa variabel X_1 (kehandalan), X_2 (daya tanggap), X_3 (jaminan), X_4 (empaty) dan X_5 (fasilitas) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan. Hal ini diperkuat dari nilai F_{hitung} model sebesar 92.220 sedangkan nilai F_{tabel} (dengan tingkat kepercayaan α sebesar 0.05, derajat bebas regresi sebesar 5 dan derajat bebas residual sebesar 94 adalah sebesar 2.31. Karena nilai dari F_{hitung} (92.220) lebih besar daripada nilai dari F_{tabel} (2.31), maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5%.
2. Berdasarkan uji-t dapat diterangkan bahwa variabel X_1 (kehandalan), X_2 (daya tanggap) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel X_3 (jaminan), X_4 (empaty) dan X_5 (fasilitas) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa "Diduga dimensi-dimensi dalam SERVQUAL yang terdiri dari *Reliability, Tangibles, Responsiveness, Assurance dan Empathy* secara parsial mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Manyar Surabaya." tidak terbukti.
3. Besarnya nilai koefisien X determinasi sebesar 0.822, nilai tersebut berarti bahwa besarnya sumbangan variabel X_1 (kehandalan), X_2 (daya tanggap), X_3 (jaminan), X_4 (empaty) dan X_5 (fasilitas) secara simultan terhadap naik turunnya variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 82.2 %. Nilai ini menunjukkan bahwa nilai tersebut cukup besar, akan tetapi variabel kepuasan pelanggan masih dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yaitu sebesar sisanya adalah $100\% - 82,2\% = 17,8\%$.

5. Nilai korelasi berganda (R) yang didapat adalah sebesar 0.911. Nilai tersebut menunjukkan adanya keeratan hubungan antara variabel X_1 (kehandalan), X_2 (daya tanggap), X_3 (jaminan), X_4 (empaty) dan X_5 (fasilitas) secara bersama-sama dengan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.911. Besarnya korelasi berganda ini bernilai positif yang berarti hubungan antara variabel X_1 (kehandalan), X_2 (daya tanggap), X_3 (jaminan), X_4 (empaty) dan X_5 (fasilitas) secara bersama-sama dengan variabel kepuasan pelanggan merupakan hubungan yang searah.

5.2 Saran

Adapun saran yg dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. PT. Gramedia

Berdasarkan hasil uji simultan dan parsial, kelima variabel bebas harus mendapatkan perhatian khusus dari PT. Gramedia secara bersama – sama agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Khusus untuk variabel X_1 (kehandalan), X_2 (daya tanggap) yang berpengaruh secara parsial, harus lebih diperhatikan dan diusahakan jangan sampai mengecewakan pelanggan. Sedangkan untuk X_3 (jaminan), X_4 (empaty), X_5 (Fasilitas Fisik) walaupun tidak berpengaruh secara parsial tetapi harus tetap diperhatikan dan juga ditingkatkan untuk lebih memuaskan pelanggan.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Berdasarkan nilai koefisien determinasi dapat diketahui bahwa kelima variabel bebas mempunyai kemampuan menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan di PT. Gramedia sebesar 82,2%, nilai ini pada dasarnya cukup besar, akan tetapi dalam penelitian selanjutnya sangat diharapkan memasukkan indikator yang lain dapat menjadi lebih baik.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Algifari, 2000, Analisis Regresi, *Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi 2, Penerbit BPFE Yogyakarta
- Alma, Buchari, 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Boyd, Walker, Larrence, 2000, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi kedua, Jilid satu, Penerbit Erlangga.
- Davis T, 1999, *Different Service Firms, Fifferent Care Competencies*, Business Horizons.
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Total Quality Service*, Cetakan Pertama, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- , 1998, *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono, Candra, Gregorius, 2005, *Service, Quality dan Saticfaction*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Lee MM Sheth, 1995, *Pelanggan Kunci Keberhasilan*, Penerbit Mitra Utama, Jakarta
- Ghozali, Iman , 2005, *Aplikasi Analisis Multivariabel dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gazperz, Vincent, 2005, *Total Quality Manajemen*, Edisi ketiga, Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Iqbal, Hasan, 2002, *Metodologi Penelitian*, Penerbit Salemba Empat, BPFE UI, Jakarta.
- Kottler, Phillip, 2005, *Manajemen Pemasaran I*, Edisi kedua, Penerbit Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- , 2005, *Manajemen Pemasaran II*, Edisi kedua, Penerbit Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi ke-2, Badan Penerbit Salemba Empat.
- Sugioyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

- Yamit Z, 1998, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa 2*, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.
- , 2004, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.
- Yazid, 2001, *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasin*, Edisi kedua, Penerbit Ekonisia, FE UII, Yogyakarta.
- Zeithaml, A, Parasuraman A Berry, 1990, *Delivery Quality Service*, New York, The Free Press
- Zeithaml, A, Bitner, 1996, *Service Marketing*, MC Grow-Hill International Edition.