

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Setelah melakukan perhitungan, analisis serta pembahasan dari hasil uji statistik yang digunakan untuk menjawab permasalahan tentang pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5) terhadap variabel tergantung (Y) secara bersama-sama, maka dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan uji F, untuk mengetahui apakah dimensi tangibles, reliability, assurance, responsiveness dan empathy sebagai sub variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang bermakna secara serempak terhadap variabel kepuasan pelanggan, maka dengan menggunakan tingkat kepercayaan (α) = 5% diperoleh F hitung sebesar $45,215 > F \text{ tabel} = 2,29$ sehingga dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara lima variabel bebas secara serempak terhadap variabel tergantung (Y).
2. Sedangkan analisis terhadap koefisien determinasi (R^2) dan koefisien korelasi (R) diperoleh nilai sebagai berikut: $R^2 = 0,6955$ dan $R = 0,8339$. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa variabel tergantung (kepuasan pelanggan) dipengaruhi oleh variabel bebas (dimensi tangibles, reliability, assurance, responsiveness dan empathy) secara serempak sebesar 69,55% sedangkan sisanya sebesar 30,45% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain. Sedangkan nilai R sebesar 0,8339 menunjukkan bahwa korelasi yang terjadi adalah positif.

Berdasarkan pengujian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan dari Rumah Makan Adam Manyar Kertoarjo mempengaruhi kepuasan pelanggannya di Surabaya adalah benar dan dapat diterima.

5.2. Saran

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar dan data-data yang telah diolah, maka ada beberapa sumbang saran yang dapat diajukan kepada rumah makan ini yaitu:

1. Hendaknya perusahaan (dalam hal ini Rumah Makan Adam) lebih memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada para pelanggan. Karena hal ini berhubungan dengan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Bila kualitas layanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Demikian pula sebaliknya.
2. Karena sebagian besar pengunjung rumah makan ini berkendara pribadi, maka fasilitas parkir menjadi prasarana yang sangat penting. Oleh karena itu, Rumah Makan Adam di Manyar harus segera merencanakan untuk menyediakan areal parkir khusus bagi pelanggan Rumah Makan Adam, sehingga pelanggan tidak menemui kesulitan untuk memarkir kendaraannya. Disamping itu penting pula untuk menjamin keamanan kendaraan pengunjung agar mereka tidak merasa khawatir akan kendaraannya.
3. Berdasarkan kenyataan bahwa jumlah pelayan yang dimiliki oleh Rumah Makan Adam kurang memadai (jumlah pelayan yang ada hanya 8 orang dengan 1 orang koki) maka rumah makan harus menambah jumlah

pelayannya. Sehingga dengan adanya jumlah pelayan yang memadai, diharapkan pelanggan dapat terlayani secara maksimal.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arcana, Nyoman, 1996. **Pengantar Statistik II untuk Ekonomi bagian Inferensial**, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya
- Blumber, Donald F., 1992. **Managing Service as a Strategic Profit Center**, McGraw Hill Inc.
- Boove, Courtlan L., Michael J. Houston and John Thill, 1996. **Marketing**, Second Edition, Mc Graw Hill
- Boone, Louise and David L. Kuntz, 1995. **Contemporary Marketing Plus**, Eight Edition, International Edition, The Dryden Press.
- Cravens, David W., 1996. **Pemasaran Strategik**, (Edisi empat)
- Dutkha, Alan, 1994. **AMA Handbook For Customer Satisfaction; A Complete Guidance To Research, Planning and Implementation**, Lincolnwood, Illinois, USA, NTL Business Books.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard, 1993. **Consumer Behavior**, Eight Edition, International Edition
- Everett, Adam E. and Ronald J. Ebert, 1992. **Production and Operation Management (Concept, Models and Behavior)**, Fifth Edition, New Jersey, Englewood Cliffs, Prentice Hall Inc.,
- Hanan, Mack, 1991. **How To Maximize, Measure and Market Your Company's Ultimate Product**, American Management Association
- Kotler, Philip, 1996. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And Control**, Seventh Edition, New Jersey, Englewood Cliffs, Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip dan Alan R. Andreasen, 1995. **Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba**, terjemahan Ova Emilia; ed. Mubasyir Hasanbasri, (Edisi tiga), Yogyakarta, Gajah Mada Univ. Press.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1994. **Dasar-Dasar Pemasaran**, (Edisi lima), Jilid I, Intermedia Jakarta
- _____, 1996. **Principles of Marketing**, Seventh Edition, New Jersey, Englewood Cliffs, Prentice Hall Inc.

Schffman, Lion G. and Leslie L. Kanuk, 1991. **Consumer Behavior**, Fourth Edition, New Jersey, Prentice Hall Inc.

Wells, William D and David Prensky, 1996. **Consumer Behavior**, John Wiley and Sons Inc.

Zeithaml, Valerie A., A. Parasuraman and Leonard L. Berry, 1990. **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation**, New York, The Free Press.

