

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh kualitas layanan inti dan kualitas layanan peripheral terhadap kepuasan pelanggan di *wedding solution* tarch AMP Kudus. Responden dalam penelitian ini berjumlah 35 orang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan inti terhadap kepuasan pelanggan di *wedding solution* tarch AMP Kudus. Semakin baik kualitas layanan inti maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggannya.

Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian statistik pengaruh kualitas layanan inti terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.631 dengan nilai t tabel 1.693 dan nilai signifikan 0.001 yang berada dibawah 0.05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($3.631 > 1.693$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh dan signifikan). Jadi kualitas layanan inti merupakan variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *wedding solution* tarch AMP Kudus.

Apabila variabel bebas lain dianggap konstan, maka Koefisien regresi kualitas layanan inti sebesar 0.386 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan kualitas layanan inti sebesar 100% akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar sebesar 38.6%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y adalah positif.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan peripheral terhadap kepuasan pelanggan di *wedding solution* tarch AMP Kudus. Semakin baik kualitas layanan peripheral yang diberikan makan akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian statistik pengaruh kualitas layanan peripheral terhadap kepuasan pelanggan

menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.904 dengan nilai t tabel 1.693 dan nilai signifikan 0.000 yang berada dibawah 0.05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($3.904 > 1.693$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima (terdapat pengaruh dan signifikan). Jadi kualitas layanan peripheral merupakan variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *wedding solution* tarch AMP Kudus.

Apabila variabel bebas lain dianggap konstan, maka koefisien regresi kepercayaan sebesar 0.748 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan kepercayaan sebesar 100% akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 74.8%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y adalah positif.

3. Terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kualitas layanan inti dan kualitas layanan peripheral terhadap kepuasan pelanggan di *wedding solution* tarch AMP Kudus. Hal ini dapat dibuktikan dari uji F pada bab 4, yaitu diperoleh nilai f tabel untuk $df = 35-2-1 = 32$ dengan taraf signifikasi 5% adalah 3.29. Dengan demikian nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel ($70.078 > 3.29$) dengan nilai signifikasi 0.000. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya bahwa variabel independen (kualitas layanan inti, kualitas layanan peripheral) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) di *wedding solution* tarch AMP Kudus.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan, yaitu :

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang pentingnya memberikan kualitas pelayanan inti dan pelayanan peripheral terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam bidang jasa.
2. Untuk pemilik usaha, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan inti dan kualitas

layanan peripheral terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga pemilik usaha diharapkan untuk bisa meningkatkan kualitas layanan inti dan kualitas layanan peripheral agar kepuasan pelanggan di *wedding solution* tarch AMP Kudus meningkat.

3. Kemudian pemilik usaha diharapkan dapat memperhatikan hal-hal lain untuk bisa meningkatkan kepuasan pelanggan yang mana dapat diukur dengan meningkatnya jumlah konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dari kompetitor lain. Dengan ini pemilik usaha dapat meningkatkan keyakinan pelanggan, sehingga mereka dapat merekomendasikan *wedding solution* tarch AMP Kudus kepada orang lain.

