

## **BAB V**

### **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Melalui hasil uji analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik simpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi nilai. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang baik atau buruk akan mempengaruhi persepsi nilai konsumen dalam menggunakan jasa pelatihan.
2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa persepsi nilai mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku konsumen. Hal ini berarti bahwa jika konsumen mempunyai persepsi nilai yang tinggi maupun rendah terhadap suatu jasa akan mempengaruhi niat perilaku mereka dalam menggunakan jasa tersebut dimasa yang akan datang.

3. Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti bahwa tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima.
4. Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku konsumen. Hal ini berarti bahwa tingkat kepuasan konsumen akan mempengaruhi niat perilaku mereka dalam menggunakan jasa tersebut dimasa yang akan datang
5. Hasil uji hipotesis kelima menunjukkan bahwa persepsi nilai mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti bahwa persepsi nilai yang dirasakan oleh konsumen akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.
6. Hasil uji hipotesis keenam menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat perilaku konsumen. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang diterima tidak mempengaruhi niat perilaku konsumen.

7. Hasil uji hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku konsumen melalui kepuasan. Hal ini berarti bahwa kepuasan menjadi variabel mediasi bagi pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat perilaku konsumen,
8. Hasil uji hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku melalui persepsi nilai. Hal ini berarti bahwa persepsi nilai menjadi variabel mediasi bagi pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat perilaku konsumen.
9. Hasil uji hipotesis kesembilan menunjukkan bahwa persepsi nilai berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat perilaku konsumen melalui kepuasan. Hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen tidak menjadi variabel mediasi bagi pengaruh variabel persepsi nilai terhadap niat perilaku konsumen.

## **B. Keterbatasan**

Penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan dan kelemahan.

Adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan dukungan sumber daya manusia yang cukup banyak, berbagai latar belakang, kemampuan dan karakter yang berbeda, khususnya pada instruktur/fasilitator. Kondisi tersebut akan memberi pengaruh yang berbeda bagi setiap konsumen, hal ini menjadi keterbatasan dalam penelitian ini.
2. Pelatihan yang diselenggarakan oleh Amarta Multi Corporation bertempat di hotel dengan standar bintang 3. Pada kenyataannya di tiap hotel memberikan fasilitas yang beragam, sehingga kepuasan konsumen akan ikut terpengaruh oleh kondisi tersebut. Walaupun perusahaan mempunyai standar fasilitas sebuah hotel untuk dipakai dalam penelitian, tetapi variasi fasilitas yang disediakan oleh hotel berbeda menjadi hal yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **C. Saran**

1. Membangun standar kepegawaian yang menyangkut latar belakang dan kompetensi Sumber Daya Manusia, hal ini bertujuan untuk memaksimalkan faktor yang mempengaruhi kesuksesan sebuah penelitian.
2. Untuk sebuah lembaga pelatihan faktor kenyamanan tempat penyelenggaraan pelatihan merupakan hal yang penting, diperlukan sebuah evaluasi dan kerjasama dengan tempat pelatihan yang nyaman dan sesuai dengan standar perusahaan.