

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel keandalan (*Reliability*), cepat tanggap (*Responsiveness*), kepastian (*Assurance*), empati (*Empathy*), berwujud (*Tangibles*), secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret.
2. Variabel keandalan (*Reliability*) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret.
3. Variabel cepat tanggap (*Responsiveness*) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret.
4. Variabel kepastian (*Assurance*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret.
5. Variabel empati (*Empathy*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret.
6. Variabel berwujud (*Tangibles*) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Indomaret.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian menggunakan metode kuesioner sehingga kesimpulan yang dikemukakan berdasarkan pada data yang terkumpul melalui penggunaan instrumen tertulis. Jumlah responden penelitian cukup kecil (100 responden), sehingga data yang diperoleh belum menggambarkan kondisi secara luas, karena dengan menggunakan responden dalam jumlah besar akan diperoleh gambaran yang lebih nyata.
2. Adanya beberapa responden yang tidak teliti dalam membaca kuesioner yang memungkinkan responden tidak serius dalam mengisi kuesioner, sehingga dalam pengumpulan data kurang lengkap/akurat.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *assurance* merupakan variabel atau faktor penting dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga diharapkan pihak Toko Indomaret harus dapat mempertahankan variabel *assurance* dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan. Seperti misalnya karyawan terampil dalam melayani pelanggan, karyawan melayani dengan ramah dan sopan terhadap pelanggan, kualitas produk yang dijual toko indomaret sesuai dengan promosi, dan karyawan memiliki pengetahuan terhadap produk yang dijual. Disamping variabel *assurance*, berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui juga bahwa variabel *empathy* berpengaruh signifikan, sehingga pihak Toko Indomaret

harus mempertahankan cara karyawan melayani pelanggan tidak membedakan status sosial pelanggan, setiap karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi dengan pelanggan, serta karyawan mengerti atau memahami apa yang diperlukan oleh pelanggannya.

2. Saran bagi penelitian berikutnya yaitu dalam melakukan penelitian sebaiknya menggunakan sampel lebih besar dengan cakupan wilayah yang lebih luas selain itu sangat diperlukan tambahan variabel lain yang tidak