

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui nilai t hitung sebesar 2,072 dengan sig. t sebesar 0,041 ($p < 0,05$). Berarti ada pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel *tangibles* terhadap kepuasan konsumen. *Tangibles* adalah suatu lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen *tangibles* akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan jasa transportasi Trans Batam telah memberikan pelayanan yang baik dalam bentuk bukti fisik, seperti kualitas armada Trans Batam yang cukup baik, fasilitas yang masih berfungsi maksimal, penampilan pegawai jasa transportasi Trans Batam, serta materi komunikasi yang digunakan.
2. Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui nilai t hitung sebesar 2,170 dengan sig. t sebesar 0,033 ($p < 0,05$). Berarti ada pengaruh yang signifikan dan positif antara *reliability* terhadap kepuasan konsumen. *Reliability*

maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan jasa transportasi Trans Batam telah berbagai pelayanan dan keyakinan kepada konsumen agar tetap tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

5. Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui nilai t hitung sebesar 2,590 dengan sig. t sebesar 0,011 ($p < 0,05$), sehingga keputusannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *emphaty* terhadap kepuasan konsumen. *Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Dengan demikian perusahaan jasa transportasi Trans Batam telah mampu melakukan komunikasi dengan konsumen agar hubungan karyawan dengan konsumen menjadi akrab dan karyawan menjadi lebih tanggap mengenai apa yang dibutuhkan oleh konsumen jasa transportasi Trans Batam.
6. Variabel *responsiveness* memiliki pengaruh lebih besar terhadap variabel kepuasan konsumen dibandingkan variabel *tangible*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty*, dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pihak perusahaan jasa transportasi Trans Batam telah berhasil perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, keluhan konsumen, menyelesaikan permasalahan dengan cepat dan menyampaikan informasi yang jelas dan tepat kepada konsumen yang menjadi pengguna jasa transportasi Trans Batam.

B. Saran

1. Bagi perusahaan jasa transportasi Trans Batam diharapkan memiliki jumlah armada bus Trans Batam yang memadai serta aman dan nyaman bagi konsumen jasa transportasi Trans Batam. Selain itu diharapkan memiliki pegawai yang terampil dan disiplin serta senantiasa menggunakan seragam yang rapih.
2. Bagi perusahaan jasa transportasi Trans Batam diharapkan adanya penambahan armada baru untuk menangani masalah waktu tempu dan waktu tunggu serta penambahan rute dan shelter Trans Batam yang strategis sehingga masyarakat tertarik untuk beralih menggunakan Trans Batam.
3. Bagi perusahaan jasa transportasi Trans Batam diharapkan tetap melakukan pelayanan berdasarkan standar pelayanan yang telah ditetapkan, serta senantiasa memberikan informasi yang akurat mengenai tarif, jalur yang akan dilalui armada Bus Trans Batam dan tempat pemberhentian Bus Trans Batam selanjutnya.
4. Bagi peneliti lainnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian terhadap variabel lain tidak hanya pada variabel yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan saja tapi juga yang berkaitan dengan kepemimpinan, sosial atau lainnya yang sesuai.