

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

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

1. Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi  $< 0.10$  dan koefisien regresi positif, sehingga hipotesis diterima. Artinya semakin baik kualitas layanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Terdapat pengaruh positif antara relationship marketing terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi  $< 0.05$  dan koefisien regresi positif, sehingga hipotesis diterima. Artinya semakin baik relationship marketing maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan dan relationship marketing secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi  $< 0.05$  dan koefisien regresi positif, sehingga hipotesis diterima. Artinya semakin baik kualitas layanan dan relationship marketing maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 5.1.1. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya terdapat keterbatasan – keterbatasan penelitian sebagai berikut, kurangnya responden yang *representative* sehingga menghasilkan kesimpulan yang kurang baik, kurangnya tingkat signifikansi pada variabel Kualitas Layanan sehingga harus menggunakan tingkat signifikansi 10%, instrumen yang dipakai murni dari sumber jurnal utama saja dan kuesioner dikutip dari skripsi Muhammad Arifin, 2011 dengan judul skripsi ” Pengaruh Kualitas Layanan dan Relationship Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Cahya Persada Motor Surabaya”.

### 5.3. Saran

Saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Pihak Toserba Griya dapat lebih meningkatkan kualitas layanannya karena terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan menjual produk yang memiliki kualitas baik, melakukan training karyawan sehingga memiliki pengetahuan baik tentang produk yang dijual, memperhatikan keluhan konsumen.
2. Pihak Toserba Griya dapat lebih meningkatkan program *relationship marketing* karena terbukti signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan

menghubungi konsumen secara berkala, menjaga hubungan baik dengan konsumen.

3. Pada penelitian serupa dimasa mendatang dapat dilakukan penambahan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, misalnya: promosi, harga, *image* atau citra perusahaan dan sebagainya.