BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab V akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan analisis serta saran yang diberikan atas penelitian pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Pelanggan PT.GOJEK INDONESIA di Bandung.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul pengaruh *Service Quality* terhadap Customer Satisfaction di Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Service Quality* (X) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) sebesar 37.9 %, sedangkan pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah sebesar adalah sebesar 62.1%.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti prosedur penelitian yang seharusnya, namun masih terdapat beberapa keterbatasan penelitian dalam pelaksanaannya antara lain:

1. Variabel yang masih sedikit sehingga membuat penelitian tidak maksimal dan tidak bisa meneliti bagian lain hanya dari satu variabel saja.

2. Responden yang membantu mengisi kuesioner belum maksimal jumlahnya sehingga tidak dapat mencapai keseluruhan pengguna PT.GOJEK INDONESIA.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Penelitian yang Akan Datang

Saran-saran yang dapat diajukan oleh peneliti untuk penelitian yang akan datang, antara lain meliputi:

1. Jika dilihat dari koefisien determinasi penelitian ini memengaruhi *Customer Satisfaction* sebesar 37.9% sedangkan sisanya sebesar 62.1% dipengaruhi oleh faktor lain. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang berbeda dengan peneliti, atau dapat juga menambahkan variabel-variabel baru ke dalam penelitian seperti *customer value, Service Performance, Customer Loyalty, Dll.*
2. Sebaiknya peneliti yang akan datang menggunakan analisis linier berganda dengan membagi dimensi *Service Quality* sepeti dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance,* dan *Empathy,* jadi variabel – variabel *indipendent*
3. Selain alternatif diatas, hendaknya penelitian mendatang menggunakan objek penelitian yang berbeda, sehingga dapat mengetahui lebih jelas mengenai *Service Quality* contonya lebih kepada perusahaan telekomunikasi, karena konsumen pengguna *provider* telekomunikasi lebih banyak, dan lebih bervariasi dalam segi segmentasi dan

targetingnya yang menjadikan konsumennya lebih sensitive akan faktor kepuasan konsumen, sehingga peneliti selanjutnya medapatkan responden yang lebih luas sehingga dapat mengetahui lebih jelas tentang pengaruh Service Quality terhadap Customer satisfaction.