

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Diantara 3 (tiga) hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini hanya hipotesis 1 dan hipotesis 3 yang diterima sedangkan untuk hipotesis 2 ditolak dikarenakan hanya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.
2. Dalam pengujian secara simultan (bersama-sama) dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Harga) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (terikat).
3. Dalam uji parsial menggunakan uji t menunjukkan bahwa :
 - a. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi SiCepat Ekspres.
 - b. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi SiCepat Ekspres.

4. Berdasarkan hasil penelitian nilai R square diketahui bahwa variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti memiliki pengaruh yang lebih besar untuk variabel terikat (kepuasan pelanggan) pada penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan dapat diberikan beberapa saran dalam penelitian ini, antara lain :

1. Bagi Pelaku Bisnis

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa pelanggan ekspedisi SiCepat Ekspres di kota Surabaya tidak terlalu memperhatikan kualitas pelayanan sebagai alasan utama dalam mencapai kepuasan pelanggan sehingga para pelaku bisnis yang menggunakan ekspedisi SiCepat diharapkan dapat meningkatkan kualitas keamanan produk yang dikirim sehingga produk yang dipesan oleh pelanggan ekspedisi SiCepat dapat dengan aman sampai ke tujuan dan mengakibatkan kepuasan pelanggan akan produk meningkat baik bagi pelaku bisnis maupun bagi perusahaan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian ini variabel kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan kepada kepuasan pelanggan SiCepat Ekspres selain itu juga berdasarkan nilai dari koefisien determinan R square diketahui bahwa variabel lain diluar variabel penelitian lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT.SiCepat Ekspres Indonesia maka disarankan untuk

penelitian selanjutnya menggunakan variabel lainnya seperti *brand image*, *promosi*, dan variabel lainnya.