

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang peneliti lakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS 12.0, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1) Dalam pengujian hipotesis diperoleh hasil sebagai berikut:

1) *Tangibles* (X_1)

Diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 2,709 dan t_{tabel} sebesar 1,984 df ($n-k-1 = 100-5-1 = 94$) dengan tingkat keyakinan sebesar () 0,05/2. Maka dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel *tangibles* terletak pada daerah penolakan H_0 dan H_1 diterima.

2) *Reliability* (X_2)

Diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 3,214 dan t_{tabel} sebesar 1,984 df ($n-k-1 = 100-5-1 = 94$) dengan tingkat keyakinan sebesar () 0,05/2. Maka dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel *Responsiveness* terletak pada daerah penolakan H_0 dan H_1 diterima.

3) *Responsiveness* (X_3)

Diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 2,153 dan t_{tabel} sebesar 1,984 df ($n-k-1 = 100-5-1 = 94$) dengan tingkat keyakinan sebesar () 0,05/2. Maka dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel *Reliability* terletak pada daerah penolakan H_0 dan H_1 diterima.

4) *Assurance* (X_4)

Diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 3,241 dan t_{tabel} sebesar 1,984 df ($n-k-1 = 100-5-1 = 94$) dengan tingkat keyakinan sebesar () 0,05/2. Maka dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel *Assurance* terletak pada daerah penolakan H_0 dan H_1 diterima.

5) *Emphaty* (X_5)

Diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 4,115 dan t_{tabel} sebesar 1,984 df ($n-k-1 = 100-5-1 = 94$) dengan tingkat keyakinan sebesar () 0,05/2. Maka dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel *Emphaty* terletak pada daerah penolakan H_0 dan H_1 diterima.

6) Kepuasan pelanggan (Y)

Diperoleh F_{hitung} sebesar 94,072 dan F_{tabel} sebesar 3,09 pada df 2 dan 97 dengan tingkat keyakinan () 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa *tangibles*(X_1) dan *kesetujuan*(X_2) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas (Y).

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas yang merupakan implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada biro perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh nyata antara dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empaty* terhadap kepuasan pelanggan, maka perusahaan harus mempertahankan atribut-atribut dalam vaeriablel-variabel tersebut agar kepuasan pelanggan pengguna jasa Biro Perjalanan & Wisata PT.SWABINA GATRA Gresik tetap terjaga.
2. Dimensi *tangibles* dan *reliability* terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa yang mempunyai nilai pengaruh lebih kecil dibanding atribut-atribut kualitas jasa lainnya pada Biro Perjalanan & Wisata PT.SWABINA GATRA Gresik agar lebih ditingkatkan, sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga.
3. Dimensi *empaty* terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa yang mempunyai nilai pengaruh paling besar dibanding atribut-atribut kualitas jasa lainnya pada Biro Perjalanan & Wisata PT.SWABINA GATRA Gresik agar dipertahankan, sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga.