

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari hasil analisa data dan pengujian hipotesis, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t didapatkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel Promosi menunjukkan nilai t hitung sebesar $6,949 > t$ tabel sebesar 1,7032, dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, peningkatan dalam kegiatan promosi cenderung diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan secara nyata.
2. Berdasarkan hasil uji t didapatkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t variabel Kualitas Layanan yang menunjukkan nilai t hitung sebesar $-0,182 < t$ tabel sebesar 1,7032, dengan tingkat signifikansi 0,857. Nilai ini jauh di atas ambang batas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, perubahan dalam kualitas layanan tidak secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan dalam model ini.
3. Promosi dan kualitas layanan didapatkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis ANOVA pada model regresi, diperoleh nilai F hitung sebesar 24,167 dengan tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut berada jauh di bawah ambang batas 0,05, yang berarti secara statistik model ini signifikan. Artinya, secara bersama-sama variabel Promosi dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan,, maka saran yang dapat diberikan penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak manajemen PT. Narindo Solusi Komunikasi Kota Gunungsitoli agar meningkatkan intensitas dan variasi promosi, memperkuat promosi berbasis personalisasi.
2. Selanjutnya diharapkan kepada pihak manajemen PT. Narindo Solusi Komunikasi Kota Gunungsitoli agar meningkatkan kualitas layanan berbasis sistem digital, dan mengintegrasikan promosi dengan pelayanan prima.
3. Penelitian Selanjutnya diharapkan agar menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas produk, kepuasan terhadap sistem teknologi, atau citra merek untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Melakukan penelitian di beberapa cabang PT. Narindo atau perusahaan serupa di wilayah lain agar hasilnya lebih representatif.