

## **BAB VI**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN**

#### **6.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada kereta api kertajaya di stasiun pasar turi surabaya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga secara parsial mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada kereta api kertajaya di stasiun pasar turi surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $T_{hitung}$  dari variabel kualitas pelayanan sebesar 4,129 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000,  $T_{hitung}$  dari variabel persepsi harga sebesar 3,685 dengan tingkat signifikansi 0,000. Data diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan masing-masing variabel bebas berada di bawah 0,05.
2. Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen pada kereta api kertajaya di stasiun pasar turi surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 157,371 adalah lebih besar daripada nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09, data ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$
3. Kualitas pelayanan, dan persepsi harga mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada kereta api kertajaya di stasiun pasar turi surabaya, hal ini ditunjukkan pada koefisien korelasi antara kualitas pelayanan, dan persepsi harga dengan kepuasan konsumen yang menunjukkan nilai korelasi sebesar 87,8%, serta kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, dan persepsi harga melalui regresi  $Y = 0,784 + 0,051 X_1 + 0,207 X_2 + e$  , hal ini menunjukkan seberapa signifikan peran dari kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.

#### **6.2 Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian data, secara simultan (Uji F) terdapat pengaruh yang signifikan anatar kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadapkepuasan konsumen. Sedangkan dalam uji parsial (Uji T ) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga secara signifikan namun yang paling dominan dalam kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan.

Maka implikasi dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang di berikan pada kereta api kertajaya di stasiun pasar turi harus di pertahankan agar dapat membawa dampak yang positif terhadap kepuasan konsumen dan perusahaan tidak harus mempertahankan kualitas pelayanannya saja tetapi harus juga melihat persepsi harga yang dapat meningkatkan kepuasan

konsumen, hal inilah merupakan nilai jual yang dapat diberikan kepada konsumen.

### **6.3 Saran**

Sejalan dengan hasil penelitian serta kesimpulan yang diutarakan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga lebih kecil dari variabel kualitas pelayanannya, maka saran saya perusahaan harus memberikan harga yang mungkin lebih terjangkau bagi para konsumen agar bisa tercapainya kepuasan para konsumen pada kereta api kertajaya di stasiun pasar turi.
2. Pada variabel kualitas pelayanannya mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen. Meskipun pada kualitas pelayanannya mempunyai pengaruh yang dominan perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitasnya agar mencapai nilai yang sempurna bagi kepuasan para konsumennya. Maka saran saya untuk lebih meningkatkan kepuasan para konsumen perusahaan harus meningkatkan lagi seperti tempat duduk yang nyaman, sikap para karyawan, keamanan dalam kereta, dll. Agar konsumen bisa menikmati kereta api ekonomi tetapi setara dengan kereta api eksekutif.
3. Penelitian ini hanya mengukur variabel kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen, untuk itu diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel-variabel lain dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada kereta api kertajaya di stasiun pasar turi surabaya.