

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Tangible*, *Assurance*, dan *Empathy*, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta. Sedangkan untuk variabel *Reliability*, dan *Responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta.
2. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta.
3. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,524 (52,4%). Dapat disimpulkan bahwa 52,4% variabel dependen kepuasan pelanggan dijelaskan oleh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Sedangkan sisanya sebesar 47,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta perlu memperhatikan faktor kualitas pelayanan khususnya *tangible* seperti kebersihan *cafe* serta kerapian dan penampilan karyawan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.
2. Variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta perlu memperhatikan faktor kualitas pelayanan khususnya *assurance* seperti menambah kelengkapan peralatan, mengevaluasi karyawan agar lebih dapat dipercaya dan tanggungjawab.
3. Variable *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta perlu memberikan pengawasan lebih kepada karyawan agar ada standarisasi terhadap pelayanan yang diberikan seperti cara bertutur kata, tingkah laku, kepedulian dengan pelanggan. Standarisasi ditetapkan dari pelanggan datang sampai meninggalkan *café*.
4. Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,524 (52,4%). Hal ini berarti bahwa 52,4% variabel dependen kepuasan pelanggan dijelaskan oleh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. Maka disarankan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama untuk menambahkan variabel lain, karena berdasarkan penelitian ini masih sebesar 47,6% kepuasan pelanggan dijelaskan variabel lain di luar penelitian ini.