

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan dari tabel koefisien uji statistik t, nilai t hitung untuk variabel tarif (X_1) adalah sebesar 3,933 sedangkan t tabel sebesar 1,984. Maka dapat diketahui t hitung $>$ t tabel, dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tarif berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi Damri.
- b. Berdasarkan dari tabel koefisien uji statistik t, nilai t hitung untuk variabel fasilitas (X_2) adalah sebesar 3,933 sedangkan t tabel sebesar 1,984. Maka dapat diketahui t hitung $>$ t tabel, dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi Damri.
- c. Berdasarkan hasil uji F, nilai yang diperoleh 31,030 sedangkan nilai F tabel 2,700 maka dapat diketahui nilai F hitung $31,030 > F$ tabel 2,700 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan tarif dan fasilitas secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa Damri.

5.2 Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian dengan sebaik-baiknya tetapi masih saja banyak kekurangan dalam penelitian ini dengan segala keterbatasannya. Berikut adalah berbagai saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian:

a. Bagi Perusahaan Jasa Transportasi Damri

- 1) Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui tarif juga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi Damri. Hal ini juga dijelaskan dalam penelitian yang menyebarkan kuesioner langsung kepada para pengguna jasa transportasi Damri. Oleh karena itu, perusahaan tetap harus menjaga kestabilan tarif agar sesuai dengan kemampuan para pelanggan Damri, dengan tidak memberatkan biaya apapun dalam pelayanannya agar menjaga kepuasan pelanggan.
- 2) Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi Damri. Hal ini dijelaskan dalam penelitian yang menyebarkan kuesioner langsung kepada para pengguna jasa transportasi Damri. Dan memang pada dasarnya fasilitas Damri begitu strategis, sehingga memudahkan para pengguna untuk menemukannya.

b. Untuk peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan tarif dan fasilitas agar lebih detail mengetahui pengaruh yang sangat signifikan dari tarif dan fasilitas demi meningkatkan kepuasan dan minat pengguna jasa angkutan damri.

Oleh karena itu, diharapkan kepada penelitian berikutnya agar tidak sebatas variabel tarif dan fasilitas tetapi juga menambahkan variabel lain pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono.(1997). *Strategi Pemasaran*, Jilid 2. PT.Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I, Edisi 12*.PT. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.
- Kotler, dan Armstrong.Gary (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler dan keller (2012), *“Jasa”*, Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, 2008: *Prinsip–Prinsip Pemasaran*, jilid 1, Edisi Kedelapan. Erlangga. Jakarta.
- Kotler (2012), *How to Managebrand equity*, gramedia pustaka. Jakarta.
- Kotler & Armstrong, (2001). *Tarif*, Jilid2, PT. Indeks Kelompok gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip, (1994). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Penerbit Salemba Empat.
- Nasution Nur, *Manajemen Transportasi*, Ghalia Indonesia,(2004). Jakarta.
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. (2009). *DeliveringQuality Service*. The Free Press, dalam Farida Jasfar. New York.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sugihartono, (2009) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa*, Ghalia, (2010). Jakarta.
- Tjiptono (2001) *Fasilitas*, Ghalia, (2009). Jakarta.
- Zeithaml (2009) *“Kepuasan Pelanggan”*, Ghalia, 2010. Jakarta.