

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil uji korelasi *pearson correlation* sebesar 0,651 dan signifikansi 0,000 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan nasabah (Y). Uji hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 8,171 yang lebih besar jika dibandingkan dengan t_{tabel} 1,989 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan nasabah (Y) PT. UDB Semen Kediri. Sedangkan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan (X) sebesar 42,4% terhadap variabel Kepuasan nasabah (Y) dan sisanya sebesar 57,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya yaitu faktor kualitas pelayanan, harga, faktor emosional serta biaya dan kemudahan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yaitu:

1. Bagi PT. UDB Semen Kediri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga pelanggan akan merasa puas dan akan berkunjung kembali untuk di PT. UDB Semen Kediri. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. UDB Semen Kediri. dari segi kualitas pelayanan PT. UDB Semen Kediri Kediri sudah baik, namun harus diperhatikan sebagai nilai tambah untuk memuaskan pelanggan dan hendaknya kualitas pelayanan lebih lagi ditingkatkan di masa berikutnya.

2. Bagi Nasabah PT. UDB Semen Kediri

Para pelanggan atau nasabah akan menjadi pelanggan atau nasabah yang setia (loyal), hendaknya agar terus menerus mempertahankan kualitas jaminan, keandalan dan daya tanggap agar dapat memberikan tingkat kepuasan nasabah atau pelanggan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk selanjutnya hendaknya dapat mengembangkan analisisnya untuk prediksi dalam jangka waktu yang panjang apakah kualitas pelayanan masih mampu mempengaruhi kepuasan nasabah.