

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Bab ini akan menguraikan kesimpulan, yang berhubungan dengan hasil diperoleh dari penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara. Berdasarkan hasil dari analisis pembahasan yang dilakukan menggunakan regresi linier berganda dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam dunia bisnis jasa dikarenakan agar konsumen merasakan kenyamanan atas pelayanan yang diberikan pada perusahaan jasa (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara.
2. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan yang dibentuk dari kesadaran konsumen untuk mempercayai produk atau jasa (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara yang diberikan guna menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen.
3. *Word of Mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan dampak yang timbul dari *Word of Mouth* yaitu sebagai pemasaran melalui mulut ke mulut berupa informasi yang bersifat positif guna mengajak calon konsumen untuk ikut serta menggunakan produk atau jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara.
4. Kualitas pelayanan, kepercayaan, dan *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) di Bekasi Utara. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas pelayanan yang dibarengi dengan kepercayaan pelanggan dan pemasaran melalui mulut ke mulut atau sering disebut dengan *word of mouth* merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menciptakan suatu

kepuasan yang timbul dari para pelanggan yang sudah menggunakan jasa service AC (*Air Conditioner*).

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara maka implikasi manajerial yang dapat dikemukakan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan Fajar Teknik di Bekasi Utara
  - a. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara. Dari hasil data yang ada menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa service AC (*Air Conditioner*) pada umumnya sudah cukup baik menurut konsumen, namun kualitas pelayanan harus dapat ditingkatkan lagi sebab konsumen akan merasakan kenyamanan apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.
  - b. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara. Dari hasil data yang ada menunjukkan bahwa Fajar Teknik di Bekasi Utara diharapkan terus meningkatkan kepercayaan terhadap pelayanan jasa yang telah diberikan dan tidak mengecewakan atas janji-janjinya.
  - c. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara. Dari hasil data yang ada menunjukkan bahwa konsumen yang sudah menggunakan jasa dan merasakan kenyamanan mampu mengajak orang lain dengan omongan positif untuk ikutserta menggunakan jasa service AC (*Air Conditioner*).

2. Bagi peneliti selanjutnya

Menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna dan memiliki beberapa kelemahan seperti;

1. Populasi penelitian dalam penelitian hanya konsumen yang menggunakan jasa service AC (*Air Conditioner*),
2. Jumlah responden yang didapat hanya 112 orang masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya,
3. Metode pengukuran sampelnya dengan menggunakan data kuesioner saja yang dimana kurang jelas untuk menggambarkan secara jelas apa sebab dan alasan responden menggunakan jasa service AC (*Air Conditioner*),
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dirasa jumlahnya masih terbatas. Oleh karena itu pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain, seperti: variabel lokasi maupun harga.