

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang positif antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen PT. KAI (Prameks). Korelasi positif tersebut mengandung pengertian bahwa semakin positif persepsi terhadap kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan konsumen PT. KAI (Prameks), dan sebaliknya semakin negatif persepsi terhadap kualitas pelayanan maka semakin rendah kepuasan konsumen PT. KAI (Prameks). Hal tersebut memiliki penjelasan bahwa jika konsumen yang merasa puas memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap kualitas pelayanan. Sebaliknya, apabila konsumen merasa tidak puas maka konsumen memiliki persepsi yang cenderung negatif terhadap kualitas pelayanan PT. KAI (Prameks). Variabel persepsi terhadap kualitas pelayanan memberikan sumbangan sebesar 24,2% terhadap variabel kepuasan konsumen PT. KAI (Prameks). Sedangkan 75,8% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti faktor kualitas produk, emosional, harga, dan biaya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

### **1. Bagi pihak PT. KAI (Prameks)**

Ditemukannya konsumen yang mempunyai kepuasan pada tahap tinggi cenderung sedang, maka disarankan agar pihak PT. KAI (Prameks) dapat mempertahankan atau meningkatkan aspek-aspek kualitas pelayanan PT. KAI (Prameks) seperti aspek *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*; dan *emphaty*.

### **2. Bagi peneliti selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sumbangan persepsi terhadap kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hanya 24,2%, maka peneliti selanjutnya disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk, emosional, harga dan biaya, agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. Dan untuk penelitian di lapangannya peneliti selanjutnya disarankan untuk mengajak 3 (max) rekan untuk membantu dalam penyebaran skala agar memnudahkan dalam penelitian nantinya.