

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan olah data dengan bantuan program SPSS 11.5, hasil evaluasi kualitas pelayanan yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Marcellino Variasi, Audio, AC dan Cuci Mobil di Solo dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji F maka secara bersama-sama antara variabel *Responsiveness* ( $X_1$ ), *Assurance* ( $X_2$ ), *Tangibles* ( $X_3$ ), *Empathy* ( $X_4$ ), dan *Reliability* ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Berdasarkan hasil uji  $t_{test}$  maka diperoleh yaitu :  
*Variabel Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy dan Riability* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen. dengan demikian Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy dan Riability*) berpengaruh terhadap bengkel *Marcellino Variasi, Audio, AC, dan Cuci Mobil di Solo* terbukti kebenarannya.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Dimensi variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini hanya terbatas pada *Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy dan Riability*.
2. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 100 pelanggan

### **C. Saran**

1. Bagi *Marcellino Variasi* tetap mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan karena kepuasan Konsumen yang ditimbulkan sebagai dampak dari kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Bagi penelitian selanjutnya perlu menambahkan variabel selain kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut.