

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan pelanggan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Surya Artha Nusantara Finance. Kualitas pelayanan yang andal, responsif, empatik, serta didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, rumusan masalah mengenai apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat dijawab bahwa kualitas pelayanan memang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Surya Artha Nusantara Finance.

Selain itu, kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi yang informatif, jelas, dan menarik membantu pelanggan memahami produk pembiayaan yang ditawarkan dan menumbuhkan persepsi yang lebih baik terhadap perusahaan. Oleh karena itu, rumusan masalah yang menanyakan apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Surya Artha Nusantara Finance.

Kepercayaan pelanggan pun terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan berdasarkan hasil uji t, kepercayaan pelanggan merupakan variabel yang pengaruhnya paling dominan dibandingkan kualitas pelayanan dan promosi. Kepercayaan yang terbentuk melalui kejujuran, konsistensi perusahaan dalam memenuhi janji, serta rasa aman yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan layanan pembiayaan, menjadikan pelanggan lebih puas dan cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dengan perusahaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan pelanggan berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, dengan kepercayaan pelanggan

sebagai variabel yang paling dominan berdasarkan hasil uji t. Temuan ini menegaskan bahwa upaya peningkatan kepuasan pelanggan perlu diarahkan tidak hanya pada perbaikan kualitas pelayanan dan pengelolaan promosi, tetapi terutama pada penguatan kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang konsisten, transparansi informasi, dan komitmen perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil penelitian. Salah satu keterbatasan tersebut adalah ruang lingkup penelitian yang hanya memfokuskan pada tiga variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan pelanggan, dalam menganalisis tingkat kepuasan pelanggan pada PT Surya Artha Nusantara Finance. Di sisi lain, masih terdapat berbagai faktor lain di luar model penelitian yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, citra perusahaan, kualitas produk, serta loyalitas pelanggan, yang tidak menjadi objek kajian dalam penelitian ini.

Kedua, penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari responden pelanggan PT Surya Artha Nusantara Finance dalam jumlah terbatas, sehingga hasil penelitian ini mencerminkan persepsi pelanggan pada periode dan kondisi tertentu. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum tentu sepenuhnya menggambarkan kondisi kepuasan pelanggan secara menyeluruh dalam jangka panjang.

Ketiga, penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner sebagai alat pengumpulan data, sehingga hasil yang diperoleh sangat bergantung pada persepsi dan subjektivitas responden dalam memberikan jawaban. Perbedaan pemahaman responden terhadap pernyataan kuesioner memungkinkan adanya variasi dalam penilaian yang dapat memengaruhi hasil penelitian.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, PT Surya Artha Nusantara Finance disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan menekankan aspek keandalan, daya tanggap, serta empati dalam setiap interaksi pelayanan. Peningkatan kompetensi karyawan melalui pelatihan yang

berkelanjutan serta penyediaan fasilitas pendukung yang memadai diharapkan dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih positif dan konsisten, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Selain itu, perusahaan disarankan untuk mengoptimalkan strategi promosi dengan menyajikan informasi yang jelas, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kegiatan promosi yang dilakukan secara terencana dan tepat sasaran dapat membantu pelanggan dalam memahami produk dan layanan yang ditawarkan, serta membangun persepsi positif terhadap perusahaan. Dengan demikian, promosi tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi pemasaran, tetapi juga sebagai upaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Mengingat kepercayaan pelanggan merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, PT Surya Artha Nusantara Finance disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui penerapan prinsip kejujuran, transparansi, dan konsistensi dalam setiap layanan yang diberikan. Komitmen perusahaan dalam memenuhi janji layanan serta kepedulian terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan diharapkan dapat lebih memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.