

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan pada G-Sport Center Padang
2. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada G-Sport Center Padang.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada G-Sport Center Padang.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Berdasarkan kesimpulan hasil pengujian hipotesis dapat di ajukan beberapa implikasi penting yang dapat berkontribusi secara:

1. Dari hasil penelitian di peroleh bahwa kepercayaan dapat meningkatkan kepuasan karena pada umumnya kepercayaan terbentuk apabila pelanggan telah merasa terpuaskan.oleh sebab itu sangat penting bagi perusahaan untuk memperlihatkan kepercayaan yang di berikan kepada seseorang pelanggan baik dilihat dari segi, Integritas meliputi kejujuran dan keadaan yang sesungguhnya.Maka dari itu pihak manajemen memberikan arahan untuk bersikap jujur terhadap karyawan.Integritas dalam kepercayaan merupakan sesuatu hal yang kritikal,setelah itu kopetensi bagaimana mendengarkan seseorang berbicara dan mengucapkan suatu agar terjadi proses kepercayaan

2. dan keterbukaan mengharuskan terjadinya keterbukaan di antara satu dengan yang lain, tanpa keterbukaan tidak mungkin akan terjadi proses kepercayaan.
3. Dari hasil penelitian di peroleh bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung kepada kepuasan pelanggan, namun kepuasan itu dapat di ciptakan apabila pelanggan merasa puas oleh karena itu organisasi dapat memperhatikan jenis pelayanan yang di berikan kepada seseorang pelanggan baik dilihat dari segi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty* dan *tangibles* yang diberikan dalam memberikan distribusi secara psikologis akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Dari hasil penelitian di peroleh bahwa promosi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, hal tersebut dapat memicu meningkatkan kepuasan pelanggan secara langsung. oleh sebab itu sangat penting bagi organisasi untuk memberikan suatu promosi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan baik di lihat dari segi menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan.

### 5.3 Saran-Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian di atas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini sangat sedikit, yaitu hanya empat variabel, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas

- b. mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain promosi,kepercayaan dan kualitas pelayanan.
- c. Dapat di lihat dari variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan,sehingga disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan di G-Sport Center lebih cepat memberikan respon saat ada keluhan dari pelanggan serta kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan.pelayanan *quick respons* yang di harapkan pelanggan.