

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian yang telah dilaksanakan ini berhasil memberikan kesimpulan secara empiris adanya hubungan antara kepuasan konsumen dengan kepercayaan konsumen pada bimbingan belajar Salemba Group Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan kepercayaan konsumen pada Bimbingan Belajar Salemba Group Jakarta. Hal ini berdasarkan pengujian signifikansi koefisien korelasi antara pasangan skor kepuasan konsumen dengan kepercayaan konsumen diperoleh $t_{hitung} = 7,052$ dan $t_{tabel} = 1,67$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi bivariat $r_{xy} = 0,6642$ adalah signifikan.
2. Analisis regresi linier sederhana terdapat pasangan data penelitian antara kepuasan konsumen dengan kepercayaan konsumen menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,59 pada konstanta sebesar 56,09. Dengan demikian bentuk hubungan antara kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen memiliki persamaan $\hat{Y} = 56,09 + 0,59X$.
3. Dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien regresi, menunjukkan bahwa $F_{hitung} (49,74) > F_{tabel} (3,99)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi berarti. Setelah dilakukan uji keberartian regresi dilanjutkan

dengan uji kelinieritas regresi menunjukkan bahwa $F_{hitung} (1,28) < F_{tabel} (1,89)$, sehingga dikatakan regresi linear.

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan konsumen bukan secara kebetulan mempunyai hubungan positif dengan kepercayaan konsumen, melainkan didasarkan pada analisis statistik yang menguji signifikansi koefisien regresi dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) dengan persamaan regresi $\hat{Y} = 56,09 + 0,59X$. Hal itu berarti setiap kenaikan satu skor kepuasan konsumen mengakibatkan kenaikan kepercayaan konsumen sebesar 0,59 pada konstanta 56,09.
5. Kepercayaan konsumen pada bimbingan belajar Salemba Group Jakarta ditentukan oleh kepuasan konsumen berdasarkan koefisien determinasinya dengan menggunakan rumus koefisien determinasi (KD) diperoleh KD sebesar 0,4412. Hal ini berarti sebesar 44,12% variasi variabel Y (kepercayaan konsumen) ditentukan oleh variabel X (kepuasan konsumen), sedangkan sisanya 55,88% ditentukan oleh variabel lain.

B. Implikasi

Kesimpulan yang didapat menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dalam diri konsumen (siswa) tersebut. Implikasinya adalah untuk menumbuhkan atau menciptakan rasa kepercayaan pada diri siswa salah satu caranya dengan meningkatkan kepuasan siswa tersebut. Sehingga siswa dapat terus menggunakan jasa pendidikan Salemba Group dan menginformasikan kepada pihak lain untuk ikut menggunakan

jasanya dalam dunia pendidikan. Dengan demikian perusahaan penyedia jasa bimbingan Salemba Group akan mendapat keuntungan yang lebih besar. Namun, lebih jauh dari itu bimbel Salemba Group akan dapat mencetak manusia-manusia yang lebih baik, artinya semakin banyak siswa yang mengenyam pendidikan maka semakin banyak pula sumber daya manusia yang menjadi berkualitas dan unggul. Sehingga dapat merasa optimis untuk menatap masa depan yang lebih baik.

C. Saran

Berdasarkan implikasi di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat, antara lain:

1. Seiring dengan semakin bertambahnya lembaga-lembaga penyedia jasa pendidikan, maka peneliti menyarankan agar Bimbel Salemba Group dapat tetap meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan serta menjaga dan menambah fasilitas yang memadai.
2. Selalu memberikan kemudahan kepada konsumen, serta memperhatikan setiap keluhan konsumen sehingga mampu menciptakan rasa kenyamanan dan dapat mewujudkan kepercayaan yang tinggi dalam diri konsumen.
3. Bimbel Salemba Group harus terus menghasilkan ide-ide kreatif dan menemukan inovasi baru dengan membuat program belajar yang lebih menarik dan menyenangkan agar para siswa lebih banyak yang menggunakan jasa Salemba Group dan tidak beralih pada Bimbel lain.