

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta aktif pada PT Taspen (Persero) Cabang Palembang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara simultan semua variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan bagi kepuasan peserta aktif. Hal ini terlihat dari Signifikansi adalah 0,00. Nilai ini lebih kecil dari 0,05. Jika dilihat pada $F_{tabel} < F_{hitung}$ dengan jumlah $2,31 < 18,154$.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta aktif dengan jumlah signifikan 0,020 dan *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta aktif dengan jumlah signifikan 0,005. Sedangkan, variabel *reliability*, *responsiveness*, dan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta aktif pada PT Taspen (Persero) Cabang Palembang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Kelima dimensi dari kualitas pelayanan yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* memiliki pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan peserta aktif. Sehubungan dengan hal tersebut, PT Taspen (Persero) Cabang Palembang perlu mempertahankan dan meningkatkan standar kualitas pelayanan dengan memperhatikan kelima dimensi tersebut.

2. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap *tangible* dan *assurance*, karena variabel tersebut mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan peserta aktif. Semakin tinggi kualitas pelayanan *tangible* dan *assurance* yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh peserta aktif. Artinya, jika perusahaan terus meningkatkan kualitas pelayanan *tangible* dan *assurance*, maka peserta akan merasa puas akan pelayanan yang diberikan.