

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 4 terhadap 80 responden, dengan fokus pada korelasi antara *Total Quality Management*, *Perceived Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Behavioral Intentions*, menghasilkan uraian kesimpulan berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian, disimpulkan bahwa *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap *Perceived Service Quality*. Lebih lanjut, berdasarkan *Original Sample* yang telah diuji dengan nilai 0,883, dapat diartikan bahwa hubungan antara *Total Quality Management* dan *Perceived Service Quality* memiliki arah yang positif. Tanda-tanda lainnya yang menggambarkan pengaruh yang signifikan antara *Total Quality Management* dan *Perceived Service Quality* adalah nilai *T-Statistics* yang lebih besar dari *T-Table* ($T\text{-Statistics} (31,033) > T\text{-Table} (1,991)$) dan nilai *P-Values* yang lebih kecil dari Tingkat Signifikansi ($P\text{-Values} (0,000) < \text{Tingkat Signifikansi} (0,025)$). Ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Total Quality Management* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *Perceived Service Quality*.
2. Berdasarkan hasil pengujian, disimpulkan bahwa *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Lebih lanjut, berdasarkan *Original Sample* yang telah diuji dengan nilai 0,787, dapat diartikan bahwa hubungan antara *Total Quality Management* dan *Customer Satisfaction* memiliki arah yang positif. Tanda-tanda lainnya yang menggambarkan pengaruh yang signifikan antara *Total Quality Management* dan *Customer Satisfaction* adalah nilai *T-Statistics* yang lebih besar dari *T-Table* ($T\text{-Statistics} (4,414) > T\text{-Table} (1,991)$) dan

nilai *P-Values* yang lebih kecil dari Tingkat Signifikansi (*P-Values* (0,000) < Tingkat Signifikansi (0,025)). Ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Total Quality Management* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

3. Berdasarkan hasil pengujian, disimpulkan bahwa *Perceived Service Quality* tidak berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Lebih lanjut, berdasarkan *Original Sample* yang telah diuji dengan nilai -0,163, dapat diartikan bahwa hubungan antara *Perceived Service Quality* dan *Customer Satisfaction* tidak memiliki arah yang positif. Tanda-tanda lainnya yang menggambarkan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara *Perceived Service Quality* dan *Customer Satisfaction* adalah nilai *T-Statistics* yang lebih kecil dari *T-Table* (*T-Statistics* (0,818) < *T-Table* (1,991)) dan nilai *P-Values* yang lebih besar dari Tingkat Signifikansi (*P-Values* (0,413) > Tingkat Signifikansi (0,025)). Ini mengindikasikan bahwa H_1 ditolak. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Service Quality* tidak berpengaruh positif yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.
4. Berdasarkan hasil pengujian, disimpulkan bahwa *Perceived Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Behaviour Intentions*. Lebih lanjut, berdasarkan *Original Sample* yang telah diuji dengan nilai 0,338, dapat diartikan bahwa hubungan antara *Perceived Service Quality* dan *Behaviour Intentions* memiliki arah yang positif. Tanda-tanda lainnya yang menggambarkan pengaruh yang signifikan antara *Perceived Service Quality* dan *Behaviour Intentions* adalah nilai *T-Statistics* yang lebih besar dari *T-Table* (*T-Statistics* (2,994) > *T-Table* (1,991)) dan nilai *P-Values* yang lebih kecil dari Tingkat Signifikansi (*P-Values* (0,003) < Tingkat Signifikansi (0,025)). Ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa

Perceived Service Quality berpengaruh positif yang signifikan terhadap *Behaviour Intentions*.

5. Berdasarkan hasil pengujian, disimpulkan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Behaviour Intentions*. Lebih lanjut, berdasarkan *Original Sample* yang telah diuji dengan nilai 0,467, dapat diartikan bahwa hubungan antara *Customer Satisfaction* dan *Behaviour Intentions* memiliki arah yang positif. Tanda-tanda lainnya yang menggambarkan pengaruh yang signifikan antara *Customer Satisfaction* dan *Behaviour Intentions* adalah nilai *T-Statistics* yang lebih besar dari *T-Table* ($T\text{-Statistics } (3,807) > T\text{-Table } (1,991)$) dan nilai *P-Values* yang lebih kecil dari Tingkat Signifikansi ($P\text{-Values } (0,000) < \text{Tingkat Signifikansi } (0,025)$). Ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Behaviour Intentions*.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan implikasi manajerial sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa PT. Fortunas Abadi Multiteknik perlu meningkatkan penerapan *Total Quality Management* (TQM) sebagai bagian dari integral dari operasional sehari-hari. Ini melibatkan pemberian perhatian khusus pada pelibatan karyawan, pelatihan keterampilan, dan peningkatan proses operasional secara berkelanjutan.
2. Selain itu, penerapan sistem pemantauan kualitas layanan secara *real-time* dapat membantu manajemen mengidentifikasi dan menanggapi perubahan kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat. Ini dapat mencakup pemantauan layanan pelanggan, penanganan keluhan, dan pengukuran performa karyawan.

3. PT. Fortunas Abadi Multiteknik dapat merevisi atau mengembangkan kebijakan kualitas standar operasional yang jelas. Hal ini akan membantu dalam menjaga konsistensi layanan dan memastikan bahwa setiap bagian perusahaan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan.

5.3 Saran

5.3.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diajukan peneliti untuk perusahaan yaitu, menyarankan perusahaan untuk memastikan bahwa seluruh organisasi memiliki pemahaman yang kuat tentang *Total Quality Management* (TQM) dan mengintegrasikan ke dalam budaya di perusahaan serta menganjurkan perusahaan untuk melakukan evaluasi terhadap proses layanan yang ada. Perusahaan juga dapat fokus dalam peningkatan responsivitas, komunikasi, dan empati terhadap pelanggan untuk meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

5.3.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meningkatkan jumlah responden atau sampel yang terlibat dalam penelitian. Dengan melibatkan jumlah yang lebih besar, hasil penelitian akan lebih representatif dan dapat memberikan wawasan yang lebih kuat.
2. Untuk mendalami pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi topik penelitian, peneliti selanjutnya diharapkan untuk mempertimbangkan penambahan variabel-variabel yang belum dieksplorasi pada penelitian ini.
3. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan topik penelitian. Dengan cara mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor eksternal seperti perubahan dalam tren industri memengaruhi variabel-variabel tersebut.

Dengan mempertimbangkan saran-saran ini, peneliti selanjutnya dapat menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif dan relevan yang dapat memberikan wawasan berharga bagi PT. Fortunas Abadi Multiteknik dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

