

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dilihat dari dimensi Serqual yang mendukungnya yang terdiri dari *Responsiviness*, *Assurance* dan *Empaty*. Tiga dimensi diatas mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Resposiviness itu berbicara keinginan para staf atau di penelitian ini keinginan dari pihak Paskal Food Market untuk membantu para pelanggan atau konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap. Sehingga konsumen merasa sangat puas ketika mereka memilih Paskal Food Market sebagai tempat yang baik, karena di dalamnya disediakan beraneka ragam fasilitas.

Assurance itu berbicara mengenai cangkupan pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dan memiliki staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan. Hal ini telah di miliki oleh Paskal Food Market dimana para karyawannya telah memiliki semua kemampuan dari pengetahuan akan menu-menu makanan, kemampuan

untuk berinteraksi dengan konsumen, dan memiliki kesopanan dalam hal berpakaian dan berbicara. Sehingga konsumen yang dapat merasa sangat puas.

Empaty itu berbicara mengenai hal kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal ini telah dimiliki oleh para staf dan Karyawan Paskal Food Market dimana karyawan telah melakukan komunikasi dengan baik kepada konsumen, bersikap ramah kepada konsumen. Sehingga konsumen yang datang ke paskal food market merasa nyaman dan merasa puas.

Dari tiga dimensi diatas sangat jelas mengatakan bahwa kualitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai signifikansi (α) pada kualitas yang diperoleh dari analisis faktor sebesar 0.000, yang berarti H_0 ditolak karena nilai signifikansi (α) dari faktor persepsi nilainya < 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen paskal food market di lingkungan sekitar Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

5.2 Implikasi Manajerial

Service Quality mempunyai peranan yang penting bagi perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan suatu kualitas

pelayanan yang baik kepada pelanggan, karena kualitas layanan itu sendiri berpengaruh terhadap perilaku pembelian yaitu melalui kepuasan pelanggan.

Dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa Paskal Food Market telah memberikan suatu kualitas layanan yang terbaik, dimana Paskal Food Market dapat membantu memenuhi keinginan pelanggan dengan menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman, menyediakan tempat yang nyaman, karyawannya pun mampu untuk berinteraksi dengan konsumen, memiliki kemampuan dan kesopanan, serta dapat berkomunikasi dengan baik. Hal ini memberikan hal positif bagi konsumen karena layanan yang diberikan itu membuat konsumen yang datang ke Paskal Food Market merasa puas dan berani untuk mengunjunginya kembali.

5.3 Keterbatasan Penelitian

- Penelitian ini hanya dilakukan pada layanan jasa Paskal Food Market.
- Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan sekitar Universitas Kristen Maranatha.
- Penelitian ini tidak mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.4 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- Penelitian selanjutnya diharapkan dapat diuji dengan menggunakan objek lain seperti tempat makan Food Court, Layanan Jasa Cipaganti, dll sehingga dapat menggambarkan lebih jelas besar pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan.
- Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan juga di tempat lain seperti di sekolah, *mall*, maupun univeritas lain.
- Penelitian selanjutnya diharapkan juga dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan