

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini merupakan bagian terakhir dari laporan penelitian ini yang akan menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya.

#### 5.1. Kesimpulan

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) ada pengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, hal ini membuktikan bahwa kesesuaian fisik pada *Aria Jeans* Bandung cukup menarik secara visual dilihat dari variasi bahan yang disediakan, daya tahan bahan, kelengkapan sarana dan fasilitas, kemudahan akses keluar masuk parkir, dan luas parkir yang disediakan.
2. Keandalan (*Reliability*) tidak ada pengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, hal ini membuktikan bahwa pada *Aria Jeans* Bandung kurang bersungguh-sungguh membantu memecahkan masalah yang dialami oleh konsumennya, terutama dalam hal kesesuaian antara harga yang diberikan dengan kualitas jasa yang diterima, kesesuaian harga dibandingkan dengan penjahit-penjahit lain cenderung lebih mahal dibandingkan dengan penjahit lainnya, kurangnya tingkat penyelesaian masalah jika celana tidak sesuai harapan, serta layanan yang diberikan tidak tepat waktu sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*) ada pengaruh terhadap niat beli konsumen, dalam hal ini membuktikan bahwa daya tanggap yang diberikan oleh Aria Jeans Bandung kepada para konsumennya sangat memuaskan. Dimana Aria Jeans Bandung selalu merespon permintaan konsumen dengan cepat dan selalu bersedia membantu konsumen. Tapi Kenyataannya berdasarkan pada dimensi *reliability* di atas sangat bertentangan dengan dimensi *responsiveness* ini, hal ini mungkin dikarenakan sebagian konsumen menilai bahwa ada sebagian dari karyawan Aria Jeans Bandung yang cepat menanggapi bila ada keluhan konsumen yang datang, dan mungkin dari sebagian karyawannya lagi yang kurang cepat merespon keluhan konsumen atau pelanggan.
4. Jaminan (*Assurance*) tidak ada pengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, hal ini membuktikan bahwa jaminan yang dimiliki oleh Aria Jeans Bandung kurang memuaskan sehingga membuat beberapa konsumennya merasa kecewa. Contohnya yaitu kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan Aria Jeans Bandung tentang model yang diinginkan konsumen maupun tentang pemahaman karyawan terhadap model terkini.
5. Empati (*Emphaty*) tidak ada pengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, hal ini membuktikan bahwa empati konsumen terhadap Aria Jeans Bandung kurang memuaskan. Contohnya seperti kurangnya pemahaman kebutuhan karyawan secara spesifik, kurangnya keramahan karyawan dalam melayani konsumen, serta kurangnya perhatian yang diberikan karyawan kepada konsumen secara individu.

Hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa kualitas jasa berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, akan tetapi pengaruhnya sangat kecil. Hal ini dapat dilihat dari *adjusted R square* sebesar 0,358 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang artinya bahwa niat beli ulang konsumen dipengaruhi oleh kualitas jasa sebesar 0,358 atau 35,8% sedangkan sisanya sebanyak 0,642 atau 64,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lainnya.

## **5.2. Implikasi Pemasaran**

Dari hasil penelitian ini dapat diaplikasikan untuk meningkatkan kualitas jasa agar dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen. Penelitian ini dapat memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu lebih meningkatkan kualitas jasa dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sehingga kepuasan konsumen tercapai dan konsumen berminat untuk membeli atau membeli kembali. Apabila kualitas jasa yang diberikan sangat memuaskan, maka konsumen akan merasa puas dan menjadi loyal yang pada akhirnya menimbulkan niat untuk membeli atau niat untuk membeli kembali, sedangkan apabila kualitas jasa yang diberikan buruk atau tidak memuaskan bagi konsumen hal ini akan berdampak perusahaan akan kehilangan konsumen atau konsumen akan beralih ke perusahaan pesaing lainnya.

### 5.3. Saran

1. Sehubungan dengan peranan *contact personal* yang sangat penting dalam menilai kualitas pelayanan maka di butuhkan suatu sikap atau cara karyawan yang baik dalam melayani pelanggan. Untuk mendapatkan tingkat pelayanan yang baik, maka setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan komunikasi yang lancar sesama karyawan atau kepada konsumen. Hal ini yang perlu diperhatikan oleh pihak *Aria Jeans* sebagai masukan, karena selama ini kualitas karyawan *Aria Jeans* dipersepsikan kurang baik atau kurang memuaskan oleh konsumen.
2. Hal lain harus dipertimbangkan yaitu masalah harga. Harga di *Aria Jeans* tergolong mahal di bandingkan dengan tempat lain. Sebagian besar konsumen banyak meninggalkan *Aria Jeans* karena mahal. Berdasarkan hasil penelitian ini hal yang paling penting ketika konsumen menjahit celana *Jeans* adalah harga. Jadi penulis menyarankan harga yang ditawarkan kepada konsumen dapat sesuai dengan harga pasar dan kualitas jahitan celana.
3. Keahlian dan keterampilan karyawan juga perlu diperhatikan, misalnya pengetahuan tentang cara menjahit yang efektif dan efisien. Dengan demikian *Aria Jeans* perlu mengadakan pelatihan dan pengembangan karyawannya, antara lain tentang menjahit dengan model-model tertentu, menjahit dengan mesin-mesin tertentu dan lain-lain.

4. Mengingat dimensi *responsiveness* memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap niat beli konsumen, maka pada dimensi ini perlu diperbaiki, terutama pada kecepatan karyawan *Aria Jeans* dalam melayani konsumen, kerelaan karyawan *Aria Jeans* membantu konsumen, kesediaan karyawan *Aria Jeans* merespon permintaan konsumen di saat sedang sibuk, cepatnya pesanan selesai, pemahaman model yang diinginkan konsumen dan sikap ketika melayani konsumen.
5. Disamping itu *Aria Jeans* sebaiknya melakukan survey atas kualitas pelayanan dan harga di penjahit-penjahit lain di Bandung, untuk mengetahui bagaimana perbandingan antara kualitas pelayanan dibandingkan dengan harga, agar menetapkan harga yang lebih sesuai.
6. Disarankan juga agar *Aria Jeans* melakukan penelitian sederhana di bidang sumber daya manusia, misal kepuasan karyawannya terhadap imbalan, beban pekerjaan, lingkungan dan lain-lain sebab kepuasan karyawan dapat berdampak pada kualitas pekerjaan.