

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

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

5.1 Kesimpulan

1. Bukti fisik (*tangibles*) tidak mempengaruhi kepuasan konsumen yang artinya bahwa bukti fisik yang ada di Toko Margaretha Meubel Kurang Bersih, tampilan fisik kurang menarik, dan lain-lain yang membuat konsumen kurang puas. Contohnya ruangan toko kurang bersih, penempatan display barang-barang kurang menarik, dan lain-lain.
2. Keandalan (*reliability*) tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen yang artinya bahwa keandalan yang dimiliki Toko Margaretha Meubel kurang baik, seperti adanya beberapa kesalahan dalam pencatatan pesanan sehingga membuat para konsumen merasa kecewa.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh pada kepuasan konsumen yang artinya bahwa daya tanggap yang diberikan Toko Margaretha Meubel kepada para konsumennya sangat baik, seperti pelayanan yang diberikan tepat waktu sehingga konsumen tidak harus menunggu cukup lama.
4. Jaminan (*assurance*) tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen yang artinya jaminan yang diberikan oleh Toko Margaretha Meubel kurang baik sehingga membuat beberapa konsumen merasa kecewa. Seperti terjadinya kerusakan produk pada proses pengiriman, sehingga membuat kualitas produk menurun yang pada akhirnya membuat kecewa para konsumen.
5. Empati (*emphaty*) tidak mempengaruhi kepuasan konsumen yang artinya empati konsumen terhadap Toko Margaretha Meubel kurang baik. Seperti misalnya karyawan Toko Margaretha Meubel kurang dapat memberikan informasi yang jelas mengenai kegunaan produk yang dijualnya.

Hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa kualitas jasa mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi pengaruhnya sangat

kecil. Hal ini dapat dilihat dari adjusted R square kualitas jasa sebesar 0,176 atau 17,6% mempengaruhi kepuasan konsumen dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya sebesar 0,824 atau 82,4%.

5.2 Implikasi Pemasaran

Dari hasil penelitian dapat diaplikasikan untuk meningkatkan kualitas jasa agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini dapat memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu lebih meningkatkan kualitas jasa dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sehingga kepuasan konsumen tercapai. Apabila kualitas jasa yang diberikan baik, maka konsumen akan merasa puas dan menjadi loyal, sedangkan apabila kualitas jasa yang diberikan buruk, maka akan menyebabkan kehilangan konsumen.

5.3 Saran

1. Tata ruang Toko Margaretha Meubel agar dapat dimodifikasi sehingga konsumen dapat merasa lebih nyaman untuk berbelanja, seperti memindahkan tempat penyetalan barang, sehingga konsumen tidak merasa terganggu.
2. Para karyawan Toko Margaretha Meubel harus lebih memahami kebutuhan spesifik dan meningkatkan perhatian kepada para konsumen agar kepuasan konsumen dapat tercapai.
3. Sarana tempat parkir agar diperluas karena tidak memadai, sehingga para konsumen yang membawa dapat memarkirkan kendaraannya dengan mudah dan aman.
4. Pencahayaan ruangan toko agar lebih diperhatikan karena lampu di dalam ruangan kurang terang sehingga konsumen merasa tidak nyaman.
5. Agar Toko Margaretha Meubel dapat menambah kendaraan untuk pengiriman barang, sehingga barang yang akan dikirim dapat tiba sesuai dengan waktu yang dijanjikan pihak toko kepada para konsumennya.