

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan hasil analisis data, yang diperoleh dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Perusahaan Transportasi Primajasa (Angkutan Jasa BSM-Soetta)”, maka dapat dikemukakan beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kualitas pelayanan oleh Primajasa berdasarkan perhitungan kecenderungan umum diperoleh rata-rata indikator keseluruhan *item* pada variabel X (Kualitas Pelayanan) yaitu 3,20. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen termasuk ke dalam kategori Baik. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini memiliki lima indikator, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*.
2. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Primajasa berdasarkan perhitungan kecenderungan umum diperoleh rata-rata indikator keseluruhan *item* pada variabel Y (Kepuasan Konsumen) yaitu 3,52. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel Kepuasan Konsumen termasuk ke dalam kategori Baik. Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini memiliki lima indikator, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan pada hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian, maka penulis dapat mengemukakan kesimpulan sebagai berikut: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen digambarkan melalui koefisien korelasi *Spearman Rank* dengan menggunakan Ms. Excel 2007. Diperoleh korelasi sebesar 0,5 berada dalam rentang 0,400 – 0,599 yang berkategori sedang. Hal ini berarti bahwa variabel X memiliki pengaruh yang sedang terhadap variabel Y.

Koefisien korelasi antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Kepuasan Konsumen) dihitung dengan menggunakan rumus *Spearman Rank* sehingga dihasilkan nilai sebesar 0,5 hasil perhitungan tersebut tergolong pada korelasi sedang antara 0.400 – 0.599. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 25% dan selebihnya yaitu sebesar 75% dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan umum bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sedang dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan transportasi Primajasa.

5.2. Saran

Untuk meningkatkan kualitas layanan agar lebih mempertahankan tingkat layanan yang memuaskan, pihak Primajasa sebaiknya tetap mempertahankan kondisi seperti pada dimensi:

1. *Reliability* (keandalan) yaitu keberangkatan dan kedatangan tepat waktu, prosedur pelayanan, pelayanan yang ramah, dan administrasi yang teratur. Pada dimensi ini diharapkan karyawan selalu meningkatkan kinerjanya sesuai kebutuhan konsumen agar dari kinerja yang sudah ada dapat ditingkatkan lagi menjadi lebih baik dari sebelumnya.
2. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu memberi tanggapan yang baik terhadap keluhan dan masalah konsumen, dan selalu ada sesuai jadwal. Diharapkan karyawan mempunyai persiapan yang baik sebelum memulai kegiatan pelayanan jasa dan cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan/konsumen.
3. *Assurance* (jaminan) yang memiliki nilai kecenderungan paling kecil, Primajasa memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil kinerja karyawan, diharapkan kinerjanya dan pengawasan terhadap kegiatan pelayanan jasa lebih ditingkatkan lagi sehingga tidak terjadi kesalahan pada hasil kinerja.
4. *Emphaty* (empati), karyawan tidak membiarkan konsumen menunggu antrian terlalu lama, diharapkan dimensi ini diperhatikan karena kinerja karyawan yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman dalam menunggu antrian.
5. *Tangible* (bentuk fisik), Primajasa memiliki kenyamanan di ruang pelayanan dan ruang tunggu, diharapkan lebih ditingkatkan kualitas ruangan tersebut seperti kelengkapan, kerapihan dan kebersihan ruangan sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan senang.

Primajasa perlu secara rutin mengamati pelayanannya agar dapat mempertahankan kelebihan-kelebihan yang ada dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan pada variabel-variabel yang masih kurang penilaiannya atau menurut penilaian konsumen belum sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan lebih memperhatikan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, peningkatan fasilitas sarana dan prasarana, jaminan rasa aman, nyaman, dan kepercayaan serta pelayanan yang dijanjikan secara cepat, akurat dan pasti sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen.