

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan, analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi pelanggan mengenai kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Kamarga Kurnia Bandung yang merupakan harapan pelanggan, termasuk kriteria harapan yang tinggi baik pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
2. Persepsi pelanggan mengenai produk dan pelayanan yang diberikan PT. Kamarga Kurnia Bandung yang merupakan kondisi kenyataan produk dan pelayanan yang diterima pelanggannya, termasuk kriteria kinerja yang sedang baik pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
3. Hubungan antara kualitas barang dan pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT. Kamarga Kurnia Bandung yang membeli dan memakai produk tekstilnya memiliki hubungan yang signifikan baik pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, maupun *empathy* dengan kepuasan pelanggannya. Hubungan yang paling tinggi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yaitu pada dimensi *tangibles*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, dapat diajukan saran-saran menyangkut upaya peningkatan kepuasan konsumen PT. Kamarga Kurnia Bandung sebagai berikut:

1. Hasil analisis hubungan yang menunjukkan bahwa dimensi *tangibles* yang paling signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Kamarga Kurnia Bandung, serta hasil analisis *important-performance* bahwa dimensi *tangibles* termasuk dimensi yang perlu dipertahankan prestasinya, sehingga upaya mempertahankan kualitas pelayanan jasa dalam *tangibles* dapat dilakukan dengan mempertahankan fasilitas pabrik yang luas, kerapihan karyawan pabrik dalam berpakaian, bangunan fisik yang megah dan mewah, penggunaan peralatan pendukung produksi yang berteknologi terbaru (canggih).
2. Hasil analisis hubungan yang menunjukkan bahwa dimensi *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Kamarga Kurnia Bandung, serta hasil analisis *important-performance* menunjukkan bahwa dimensi *assurance* termasuk dimensi yang perlu ditingkatkan prestasinya, dan terdapat atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan, sehingga peningkatan kualitas pelayanan jasa dalam *assurance* dapat dilakukan pengelola perusahaan tekstil ini dengan cara memberikan peningkatan terhadap pengetahuan karyawan dalam melayani permintaan konsumen dan kemampuan karyawan dalam melayani permintaan konsumen dalam produk khusus.

3. Hasil analisis hubungan yang menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Kamarga Kurnia Bandung, serta hasil analisis *important-performance* menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* termasuk dimensi yang perlu ditingkatkan prestasinya, dan atribut yang perlu dipertahankan, sehingga dalam upaya mempertahankan kualitas pelayanan ini dalam *responsiveness* dapat dilakukan pengelola perusahaan tekstil ini dengan cara memberikan pertahanan dalam memberikan informasi atas setiap kebutuhan konsumen secara sigap, memberikan pelayanan kepada siapapun, tanpa membedakan konsumen atau besarnya pesanan, dibutuhkan kecepatan dalam memenuhi permintaan konsumen yang lebih cepat dibandingkan perusahaan lain.