

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

1. Pelaksanaan dimensi kualitas jasa pada Kharisma sudah baik. Hal ini dapat dibuktikan melalui data kuesioner yang telah diolah, di mana sebagian besar responden adalah setuju (positif) pada saat diajukan pertanyaan mengenai kualitas pelayanan.
2. Kepuasan yang dirasakan pelanggan selama mencetak di percetakan Kharisma secara keseluruhan sudah baik. Hal ini dapat dibuktikan melalui data kuesioner yang telah diolah, di mana sebagian besar jawaban responden adalah setuju (positif) pada saat diajukan pertanyaan mengenai kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
3. Pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen ditunjukkan dengan adanya korelasi yang cukup kuat sebesar 0,6796 dan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan selama mencetak di percetakan Kharisma adalah 46,19% dan sisanya dianggap sebagai faktor lain diluar dari penelitian. Adanya signifikansi antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan selama mencetak di Toko Kharisma) terbukti dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, maka $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.9021 >$

2.0484 .sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan kata lain terdapat hubungan yang positif antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan yang Mencetak di percetakan Kharisma.

5.2 SARAN

1. Dengan telah dilakukan penelitian ini maka hendaknya Kharisma dapat memahami kelebihan maupun kekurangan sebagai suatu perusahaan jasa percetakan.
2. Percetakan Kharisma diharapkan untuk mempertahankan kualitas jasa yang ada sekarang, bahkan lebih ditingkatkan lagi untuk memperoleh kepuasan yang lebih bagi para konsumennya.
3. Para karyawan sebaiknya mendapatkan pengarahan yang baik agar mereka memiliki keahlian yang baik pada saat melayani konsumen, karena karyawan yang memiliki keahlian yang baik diharapkan dapat melayani konsumen dengan baik pula dan memuaskan konsumennya.
4. Agar perusahaan tetap eksis di bidang usahanya, maka yang harus dilakukan adalah menaikkan kualitas produk atau jasanya. Hal ini diharapkan dapat memuaskan konsumen atau pelanggannya sehingga pada akhirnya akan dapat meningkatkan penjualan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.