

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka penulis menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Hasil analisis penulis didapat nilai *Adjusted R Square* (R^2) adalah 0,838 yang berarti sebesar 83,8% kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 16,2% dijelaskan oleh faktor lain seperti atmosfer, periklanan, potongan harga, dan lain-lain menjadi faktor lain dalam menilai kepuasan konsumen.
2. Nilai α yang diperoleh penulis adalah sebesar 0,000, di mana nilai tersebut berada di bawah 0,05 yang berarti penolakan H_0 . Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh searah positif terhadap kepuasan konsumen, di mana semakin besar kualitas yang diberikan maka semakin besar juga kepuasan yang dirasakan konsumen.
3. Dari tanggapan hasil kuesioner yang diperoleh penulis, sebagian besar responden menilai bahwa pelayanan yang diberikan PT. X memuaskan dan sangat memuaskan. Hal ini berarti bahwa konsumen merasa puas dan sangat memuaskan dari pelayanan yang diberikan oleh PT. X.
4. Melihat dari hasil analisis, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa faktor-faktor dimensi kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap,

kepastian, empati, dan berwujud) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. X.

5.2 Saran

Adapun saran penulis adalah agar perusahaan terus melakukan usaha-usaha yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya. Usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dapat meliputi:

1. Sebaiknya perusahaan memajang produknya di tempat yang mudah dijangkau, sehingga pengunjung dapat memperoleh semua produk yang dibutuhkan.
2. Memberi pelatihan yang intensif bagi karyawan seperti pelatihan untuk berinteraksi dengan konsumen sehingga konsumen yang mendapat kesulitan dapat memperoleh tanggapan yang cepat dari karyawan.
3. Pihak manajemen dapat mempertahankan atas pemberian harga yang sekarang ini, karena sebagian besar responden menilai bahwa harga-harga produk adalah memuaskan dan sangat memuaskan. Ini berarti bahwa harga yang diberikan perusahaan lebih murah dari harga penyedia produk lain.

Penulis merasa bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan masih perlu pengembangan yang lebih detail dari objek yang diteliti. Oleh sebab itu penulis mengharapkan agar penelitian yang akan datang dapat meningkatkan sub variabel penelitiannya agar mendapatkan temuan yang bisa memberi lebih banyak masukan terhadap kemajuan perusahaan.