

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Keterlibatan kerja terdiri dari dua indikator yaitu keterlibatan hubungan dan keterlibatan waktu. Kedua indikator tersebut dapat mempengaruhi kepuasan kerja. Kepuasan kerja seorang tenaga penjual menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner, yang hasilnya adalah responden yang paling dominan adalah wanita dengan jumlah 121 orang atau sebesar 65,4 % dan sisanya adalah pria dengan jumlah 64 orang atau 34,6 %. Kemudian usia responden yang paling dominan adalah umur 24 tahun dengan tingkat pendidikan SMU dan bekerja di daerah Bandung Selatan. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi sederhana.

Simpulan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini yang diuji dengan menggunakan analisis regresi sederhana adalah bahwa variabel keterlibatan hubungan dan keterlibatan waktu memberikan hasil yang signifikan pada kepuasan kerja bagi tenaga penjual. Dengan kata lain, keterlibatan hubungan dan keterlibatan waktu merupakan pengaruh langsung pada kepuasan kerja bagi tenaga penjual.

Penelitian ini juga menjelaskan bahwa pengaruh keterlibatan hubungan dan kepuasan kerja memberikan hasil yang signifikan. Dengan kata lain, keterlibatan hubungan mempengaruhi kepuasan kerja. Selain itu, pengaruh keterlibatan waktu pada kepuasan kerja memberikan hasil signifikan. Dengan kata lain keterlibatan waktu juga mempengaruhi kepuasan kerja.

Hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa penggunaan keterlibatan waktu dan keterlibatan hubungan mendukung penelitian sebelumnya dimana keterlibatan waktu dan keterlibatan hubungan mempengaruhi kepuasan kerja, akan tetapi pengaruhnya sangat kecil. Hal ini dapat dilihat dari *Adjusted R square* keterlibatan hubungan sebesar 1,6 %, dan *Adjusted R square* keterlibatan waktu sebesar 12,1%, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor kepuasan kerja lainnya sebesar 86,3 %. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan kerja tersebut adalah keamanan kerja, pencapaian, tanggung jawab, pengakuan, kemajuan, dan pertumbuhan (Madura, 2001).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lassk, Marshall, Cravens, dan Moncrief (2001) yang menjelaskan bahwa keterlibatan kerja memiliki dua indikator yaitu keterlibatan hubungan dan keterlibatan waktu. Dimana kedua indikator tersebut keterlibatan hubungan dan keterlibatan waktu mempengaruhi kepuasan kerja bagi tenaga penjual.

5.2. Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian ini, membantu pemasar mengetahui bahwa keterlibatan kerja sangat penting dalam menentukan sikap dan perilaku seorang tenaga penjual. Indikator keterlibatan kerja adalah keterlibatan waktu dan keterlibatan hubungan yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja.

Penelitian ini dapat memberikan implikasi bahwa pemasar perlu mempertimbangkan sikap dan perilaku seorang tenaga penjual dalam melakukan penjualan. Apabila sikap dan perilaku seorang tenaga penjual sangat baik, maka konsumen akan merasa puas dan menjadi loyal, sedangkan apabila sikap dan perilaku tenaga penjual buruk, maka akan menyebabkan kehilangan konsumen.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak menguji lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen, padahal kepuasan konsumen merupakan konstruk yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan, selain itu kepuasan konsumen dapat menjadi indikator bagi keberhasilan perusahaan untuk bersaing di era globalisasi.

Penelitian ini tidak melakukan integrasi bersama dalam pengembangan kuesioner diantara fungsi manajemen lainnya khususnya manajemen sumber daya manusia. Integrasi bersama dalam pengembangan kuesioner diantara fungsi manajemen perlu dilakukan agar penelitian lebih

akurat dan hasilnya dapat lebih mewakili keadaan yang sebenarnya. Hal ini juga didukung oleh Kotler (2003) yang mengatakan bahwa fungsi pemasaran merupakan fungsi yang sejajar dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya sehingga kegiatan pemasaran perlu saling berhubungan satu dengan lainnya.

Penelitian ini juga tidak menguji asumsi klasik sebelum melakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik diperlukan untuk menguji analisis regresi agar hasilnya berdistribusi normal dan lebih akurat (Ghozali, 2001). Salah satu bentuk asumsi klasik adalah uji normalitas (Ghozali, 2001). Oleh karena itu ada kemungkinan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal, sehingga hasil ini kemungkinan tidak dapat digeneralisasi untuk penelitian selanjutnya.

5.4. Saran

- a. Sebaiknya penelitian selanjutnya, peneliti melakukan kerja sama atau integrasi antara pemasaran dan sumber daya manusia dalam pengembangan kuesioner.
- b. Sebaiknya dilakukan uji asumsi klasik agar hasil data lebih akurat dan normal
- c. Sebaiknya penelitian berikutnya harus menembangkan tentang kepuasan konsumen.