

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian responden memiliki penilaian yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Barberpop Kota Bandung, dimana mayoritas jawaban responden terhadap pertanyaan kualitas pelayanan memiliki kecenderungan jawaban “setuju”
2. H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang berarti bahwa Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh yang ditemukan merupakan pengaruh positif, yang berarti bahwa peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan konsumen Barberpop Kota Bandung. Variabel Empati, Daya Tangkap, Bukti Fisik, Keandalan, dan Jaminan yang membentuk Kualitas Layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Konsumen adalah sebesar 75.3%
3. Ditemukan bahwa variabel Daya Tangkap (sig 0.000) , Keandalan (sig 0.001), dan Jaminan (sig 0.010) memiliki pengaruh terhadap kepuasan Konsumen secara parsial

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan pengolahan data, didapat bahwa Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan dimensi-dimensi Kualitas layanan yang diteliti, yaitu Empati, Daya Tangkap, Bukti Fisik, Keandalan, dan Jaminan secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang diteliti. Dengan demikian, penting bagi Barberpop Kota Bandung untuk memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen, dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan mereka.

5.3. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. penelitian ini dilakukan pada responden sejumlah 170 orang
2. penelitian ini dilakukan untuk mengukur variabel Kualitas layanan dan kepuasan konsumen
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada responden konsumen Barberpop cabang Ariajipang Kota Bandung

5.4. Saran

Peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut;

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian pada variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, kualitas produk, dan berbagai variabel lain untuk dapat mengembangkan ruang lingkup penelitian
2. Bagi perusahaan Barberpop Kota Bandung, untuk dapat terus mempertahankan dan meningkatkan tiga variabel yang memiliki pengaruh, yaitu daya tangkap, keandalan, dan jaminan yang diberikan kepada konsumen, dan memperbaiki dua variabel yaitu empati dan bukti fisik. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen Barberpop Kota Bandung di kemudian hari.

