

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik suatu kesimpulan mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di *factory outlet* “X” Bandung sebagai berikut:

1. Sebagian besar konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *factory outlet* “X” Bandung .
2. Konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan *factory outlet* “X” Bandung , adalah karena keunggulan *factory outlet* “X” dalam penyediaan produk yang lengkap mulai dari produk *fashion* untuk wanita, pria dan anak-anak. konsumen menunjukkan kepuasan pada dimensi *assurance*, *responsiveness* dan *empathy*.
3. Secara berurutan tingkat ketidakpuasan konsumen terhadap dimensi - dimensi pelayanan *factory outlet* “X” Bandung adalah dimensi *tangibles*, *reliability*, *empathy*, *assurance* dan *responsiveness*.
4. Dalam melayani konsumen, dimensi – dimensi yang penting untuk diperhatikan agar memuaskan konsumen, secara berurutan adalah dimensi *empathy*, *tangibles*, *assurance*, *responsiveness* dan *reliability*.
5. Dimensi *tangibles* merupakan dimensi yang tingkat ketidakpuasannya paling tinggi, konsumen tidak puas terutama terhadap brosur yang ditampilkan

sebagai media promosi kurang menarik, dan *tangibles* merupakan dimensi yang penting bagi konsumen.

6. Pada dimensi *reliability* konsumen tidak puas, terutama terhadap kurangnya ketersediaan ukuran pakaian, tetapi konsumen menilai bahwa dimensi ini tidak begitu penting.
7. Pada dimensi *empathy* konsumen tidak puas terutama terhadap kurangnya kesediaan karyawan dalam membantu konsumen mencari letak *counter-counter*, dan *empathy* merupakan dimensi yang sangat penting bagi konsumen *factory outlet* “X” Bandung.
8. Pada dimensi *assurance* konsumen tidak puas terutama terhadap kurangnya pengetahuan karyawan tentang letak *counter – counter*, dan konsumen merasa dimensi *assurance* cukup penting bagi *factory outlet* “X” Bandung.
9. Pada dimensi *responsiveness*, konsumen tidak puas terutama terhadap kesiapsediaan satpam dalam membantu konsumen, namun dimensi ini dinilai kurang begitu penting oleh konsumen *factory outlet* “X” Bandung.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diajukan beberapa saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membaca penelitian ini:

5.2.1. Saran Teoritis

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk memperkaya ilmu psikologi industri dan organisasi, khususnya psikologi konsumen.
2. Bagi peneliti lain yang tertarik, dapat melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen pada bidang industri yang berbeda atau dengan menghubungkan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

5.2.2. Saran Praktis

Bagi pihak manajemen *factory outlet* “X” Bandung :

1. Disarankan untuk mempertahankan keunggulan *factory outlet* “X” yang sudah ada, misalnya dalam penyediaan produk *fashion* yang lengkap.
2. Disarankan untuk meningkatkan pelayanan fasilitas fisik (*tangibles*), yaitu penataan kembali peralatan-peralatan yang digunakan seperti *etalase*, lemari dan rak, penataan *lay out* produk *fashion* dan meningkatkan tampilan brosur agar terlihat lebih menarik, karena *Tangibles* merupakan dimensi pelayanan, yang paling kurang memuaskan konsumen dan dinilai penting oleh konsumen *factory outlet* “X” Bandung.
3. Disarankan untuk lebih meningkatkan kehandalan (*reliability*) *factory outlet* “X” dalam hal penyediaan ukuran pakaian secara lengkap dan melengkapi produk *fashion* pria .
4. Disarankan untuk mengevaluasi kembali kinerja seluruh karyawan, melalui pemberian *feedback* atau *training* mengenai :

- a. Peningkatan kepedulian karyawan (*empathy*) terutama dalam membantu konsumen mencari letak *counter-counter* .
- b. Peningkatan pengetahuan karyawan (*assurance*) mengenai jenis *counter-counter* yang ada di *factory outlet* “X”.
- c. Peningkatkan kecekatan (*responsiveness*) karyawan terutama kesiapsediaan satpam dalam membantu konsumen.

Bagi seluruh karyawan *factory outlet* “X” Bandung:

1. Disarankan untuk bersedia menerima anjuran dari pihak manajemen misalnya bersedia menerima *feedback* atau mengikuti *training* mengenai peningkatan kualitas pelayanan *factory outlet* “X” Bandung.