BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

- Meskipun sebesar 74,1% konsumen yang berkunjung ke Kartika Sari cabang Buah Batu di akhir pekan tergolong puas, namun tingkat kepuasan ini disebabkan oleh rendahnya *expected service* konsumen terhadap Kartika Sari cabang Buah Batu di akhir pekan. Dengan demikian, *perceived service* yang juga rendah pada konsumen bila ditinjau dari analisis GAP Zeithaml tetap masuk dalam kategori puas.
- Sebesar 13,6% konsumen yang sangat puas ketika berkunjung ke Kartika Sari cabang Buah Batu di akhir pekan ini disebabkan oleh rendahnya *expected service* yang dimilikinya. Oleh karena itu ketika mereka menghayati *perceived service* Kartika Sari cabang Buah Batu di akhir pekan labih baik dari perkiraan mereka, maka menurut analisis GAP Zeithaml tergolong sangat puas.
- Ketidakpuasan 12,3% konsumen yang berkunjung ke Kartika Sari cabang Buah Batu di akhir pekan memang dikarenakan *expected service* yang tinggi pada konsumen namun mereka menghayati bahwa *perceived service* Kartika Sari cabang Buah Batu di akhir pekan kurang baik.

- Kelompok konsumen yang tergolong puas sebagian besar merasa puas dalam dimensi kualitas jasa *tangible*sebesar 86,7%. Kelompok konsumen yang tergolong sangat puas memiliki kepuasan dalam dimensi kualitas jasa *assurance* sebesar 81,8% Kelompok konsumen yang tergolong tidak puas seluruhnya memiliki ketidakpuasan dalam dimensi kualitas jasa *assurance* sebesar 100%.
- Kelompok konsumen yang tergolong puas sebagian besar tergolong dalam usia perkembangan dewasa awal sebesar 39,5%. Kelompok konsumen yang tergolong sangat puas sebagian besar tergolong dalam usia perkembangan dewasa awal sebesar 12,3%. Kelompok konsumen yang tergolong tidak puas terdapat terdapat pada usia perkembangan dewasa awal dan dewasa madya masing-masing sebesar 6,2%.
- Kelompok konsumen yang memiliki tingkat kepuasan yang tergolong puas lebih banyak ditemukan pada konsumen berjenis kelamin laki-laki sebesar 75%

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang ada, peneliti menyarankan beberapa hal:

5.2.1 Saran Bagi Penelitian Lanjutan

- Penelitian ini mendeskripsikan gambaran kepuasan konsumendan pemetaan dimensi-dimensi kualitas jasa hingga menghasilkan *perceived service dan*

expected service. Diharapkan penelitian selanjutnya meneliti lebih mendalam mengenai kontribusi atau korelasi dimensi-dimensi kualitas jasa terhadap pembentukan kepuasan konsumenyang ada guna mendapatkan dimensi kualitas jasa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

- Penelitian ini menggunakan analisis GAP yang memaparkan bahwa selama *perceived service* dan *expected service* seimbang, maka konsumen tergolong puas tanpa memperdulikan seperti apa GAP yang muncul dari *expected service* dan *perceived service*. Diharapkan penelitian selanjutnya memaparkan analisis GAP lebih mendalam guna menggambarkan kepuasan konsumen yang lebih akurat.

5.2.2 Saran Bagi Kegunaan Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi pihak manajemen Kartika Sari terutama cabang Buah Batu sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan memperbaiki kualitas pelayanan serta mencapai visi misi perusahaan.
- Hasil penelitian ini diharapkan menjadiinformasi kepada karyawan mengenai kepuasan konsumen terhadap Kartika Sari cabang Buah Batu sehingga karyawan dapat ikut serta bersama pemilik dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan.
- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen yang tergolong puas sebagian besar puas dalam dimensi *tangible*.Dengan demikian, diharapkan

Kartika Sari cabang Buah Batu mampu mempertahankan jumlah produk yang memadai sesuai dengan kebutuhan konsumen.

- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen yang tidak puas sebagian besar tidak puas dalam dimensi *assurance*. Demikian pula yang terjadi pada kelompok konsumen yang sangat puas sebagian besar puas terhadap dimensi *assurance*. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan Kartika Sari cabang Buah Batu memasangkan karyawan-karyawan yang tergolong kurang mampu meyakinkan konsumendengan karyawan yang mampu meyakinkan konsumen terhadap kualitas produk Kartika Sari guna meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.
- Hasil penelitian ini menunjukkan semakin banyak jumlah kunjungan semakin banyak juga konsumen yang tergolong puas, tidak puas, maupun sangat puas. Kartika Sari disarankan untuk membuat promosi yang memberikan hadiah atau layanan khusus pada konsumen yang setia berkunjung ke Kartika Sari guna meningkatkan kepuasan konsumen.