

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut jasa pada kepuasan konsumen, untuk studi kasus pada jasa universitas. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih universitas, serta mengukur gap kepuasan berdasarkan faktor-faktor atribut universitas. Penelitian dilakukan di Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menggunakan data dari 150 sampel yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen/mahasiswa UK Maranatha. Pengambilan sampel dilakukan di UK Maranatha Bandung. Instrumen ini berdasarkan atas hasil *pre-test* yang dilakukan sebelumnya di UK Maranatha yang didukung oleh Tjiptono (1996) untuk pemberian nama variabel independen yaitu atribut jasa eksplisit dan implisit, sedangkan instrumen analisis kepuasan didukung oleh Kotler (1994: 46).

Setelah dianalisis secara keseluruhan, atribut jasa implisit dan atribut jasa eksplisit secara signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa sebesar 8%. Secara parsial atribut jasa eksplisit tidak dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa, sedangkan atribut jasa implisit dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan sebesar 8.5845%.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini dapat memberikan implikasi kepada perusahaan (universitas) dalam merancang strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen (mahasiswa). Hal utama yang harus diukur adalah kepuasan konsumen, dan sebaiknya perusahaan (universitas) melakukan uji eksploratori terlebih dahulu untuk mengetahui atribut produk atau jasa apa yang dianggap penting oleh seorang konsumen, kemudian barulah dilakukan pengukuran kepuasan, karena pada dasarnya tingkat kepentingan satu produk/jasa akan berbeda dengan produk/jasa lainnya bagi seorang konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa kelemahan dan keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu:

- Penelitian ini hanya mengukur satu jenis jasa yaitu jasa pendidikan universitas.
- Pengelompokan atribut jasa lebih sulit dibandingkan dengan atribut produk, sehingga sangat sulit untuk mengklasifikasikan atribut-atribut yang ada ke dalam jenis jasa tertentu, terlebih lagi hal yang diteliti adalah mengenai jasa pendidikan.
- Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, yang mana setiap responden tidak mendapat kesempatan yang sama dalam pengambilan sampel. Hal ini dikarenakan peneliti menyebarkan kuesioner pada saat jadwal semester pendek dimana tidak setiap

mahasiswa mengambil mata kuliah di semester ini, karena semester pendek diadakan pada saat liburan semester genap setiap tahunnya.

5.4 Saran

Saran yang dapat penulis berikan untuk penelitian ini adalah :

- Sebaiknya penelitian berikutnya mengukur lebih dari satu jenis jasa.
- Pada penelitian berikutnya, sebaiknya dilakukan pencarian sumber informasi yang lebih akurat dalam pengelompokkan atau pengklasifikasian atribut jasa pendidikan.
- Untuk penelitian berikutnya sebaiknya menyebarkan kuesioner pada saat yang tepat, yaitu pada saat jadwal kuliah semester reguler, jadi setiap mahasiswa mendapatkan kesempatan yang sama sebagai sampel.