

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis regresi sederhana mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Floating Market Lembang”, peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Floating Market. Hal tersebut dapat dilihat dari uji regresi yang telah dilakukan dalam penelitian ini. Uji regresi berguna untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel yang satu dengan variabel yang lain.

- Secara keseluruhan pengaruh kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana didapat hasil $Y = 8,619 + 0,254 X$. Pada tabel *Model Summary* bisa kita lihat bahwa koefisien determinasinya adalah sebesar 0,247 , yang dapat diartikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Floating Market Lembang, sebesar 24,7%. Dengan kata lain kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 24,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dan dijelaskan oleh peneliti.

5.2 Batasan penelitian

- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Batasan penelitian perlu diberikan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian serta keterbatasan waktu. Oleh karena itu, penelitian ini tentu memiliki batasan-batasan penelitian yang difokuskan pada sektor jasa dimana variabel-variabel yang diteliti yaitu Keandalan (*reliability*), Responsive (*responsiveness*), Keyakinan (*assurance*), Berwujud (*tangible*), Empati (*empathy*) menjadi hal utama yang ditelusuri dan diteliti secara lebih rinci yang diterapkan pada Floating Market Lembang. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa/I Universitas Kristen Maranatha yang pernah mengunjungi Floating Market Lembang.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut. Melihat cukup tingginya hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka Floating Market Lembang harus memperhatikan kualitas pelayanan bagi para konsumennya. Mereka harus bisa mengetahui dengan jelas apa saja yang menjadi kemauan konsumen, mereka harus memenuhi keinginan konsumen, atau bahkan lebih dari yang mereka harapkan. Melalui penelitian ini diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 24,7 % dan sisanya

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

sebesar 75.3 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Walaupun pengaruhnya tidak terlalu besar namun apabila digabungkan dengan strategi *marketing* yang baik, harga yang menarik serta mampu menjaga kualitas dan kepuasan konsumen maka bisa saja itu akan membantu perusahaan dalam membuat konsumen melakukan kunjungan ulang ke Floating Market Lembang.