

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Tidak terdapat pengaruh signifikan dari dimensi keandalan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai signifikan t hitung $(0,148) > 0,05$. Sehingga hipotesis penelitian pertama (H1) ditolak dan nilai signifikansi sebesar $0,148 > 0,05$.
- 5.1.2 Tidak terdapat pengaruh signifikan dari dimensi daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai signifikan t hitung $(0,641) > 0,05$. Sehingga hipotesis penelitian kedua (H2) ditolak dan nilai signifikansi sebesar $0,641 > 0,05$.
- 5.1.3 Terdapat pengaruh negatif dan signifikan dari dimensi jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai signifikan t hitung $(0,004) < 0,05$. Sehingga hipotesis penelitian ketiga (H3) diterima dan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$.
- 5.1.4 Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi empati terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai signifikan t hitung $(0,001) < 0,05$. Sehingga hipotesis penelitian keempat (H4) diterima dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

5.1.5 Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai signifikan t hitung $(0,000) < 0,05$. Sehingga hipotesis penelitian kelima (H5) diterima dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

5.1.6 Terdapat pengaruh positif dan signifikan status lima dimensi kualitas pelayanan menurut parasuraman, yaitu; keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Rumah Mode Michael.

Hal ini ditunjukkan dengan Keandalan (X1), Daya tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), dan Bukti fisik (X5) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Mode Michael. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikan $(0,000) < 0,05$. Sehingga hipotesis penelitian ke enam (H6) diterima.

Sedangkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,553 atau 55,3% yang berarti pengaruh variabel keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan Bukti fisik (X5) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 55,3% sedangkan sisanya sebesar 44,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 5.2.1 Dalam dimensi daya tanggap, terdapat instrumen berupa ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun daya tanggap karyawan terhadap pelanggan tidak dilakukan dengan cepat padahal pelanggan sudah lama menunggu dan meluangkan waktu untuk datang ke butik Rumah Mode Michael. Oleh sebab itu, Rumah Mode Michael disarankan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan mempercepat kinerja dan menetapkan target pada setiap order masuk.
- 5.2.2 Meningkatkan kualitas pelayanan dimensi jaminan yaitu meningkatkan kesopanan, pengetahuan, ketrampilan, dan kejujuran karyawan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan karena terbukti dimensi jaminan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 5.2.3 Instrumen dari empati antara lain adalah karyawan mau mengenal setiap pelanggan, karyawan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, karyawan sabar dalam menjelaskan saran desain baju yang pas untuk pelanggan. Karena dimensi empati memerlukan interaksi langsung dengan pelanggan.

- 5.2.4 Meningkatkan kualitas pelayanan dimensi bukti fisik yaitu meningkatkan daya tarik fasilitas ruang tamu di butik Rumah Mode Michael, fasilitas yang mendukung kinerja karyawan dan kenyamanan pelanggan. penampilan karyawan juga diperhatikan dan desain baju yang sesuai dengan hasil akhir karena terbukti kualitas pelayanan bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- 5.2.5 Meningkatkan kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik agar pelanggan loyal terhadap Rumah Mode Michael, melakukan komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif sehingga butik Rumah Mode Michael menjadi pertimbangan utama ketika pelanggan ingin membuat baju untuk acara khusus maupun acara tertentu karena terbukti bahwa lima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Mode Michael.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai prosedur ilmiah, namun demikian masih terdapat keterbatasan, antara lain:

- 5.3.1 Pengumpulan data variabel lima dimensi kualitas pelayanan menggunakan angket atau kuesioner sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan kenyataan yang sebenarnya.
- 5.3.2 Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode pengambilan *accidental sampling* sehingga kurang mampu mewakili populasi yang ada dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya.
- 5.3.3 Penelitian ini hanya meneliti salah satu faktor kepuasan pelanggan Rumah Mode Michael yaitu lima dimensi kualitas pelayanan dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga peneliti hanya bisa memberikan informasi seberapa besar lima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Mode Michael.