

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah penulis lakukan, maka dapat disimpulkan hal berikut ini :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Dodol Kentang Insani Mandiri dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,224 > 1,669$ ) dengan taraf signifikan 0,01 dengan arti terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri.
2. Faktor Emosional berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dodol Kentang Insani Mandiri dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,514 > 1,669$ ) dengan taraf signifikan 0,017 dimana nilai sig adalah 0,017 lebih besar dari  $\alpha$  0,05. Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dengan arti terdapat pengaruh signifikan antara Faktor Emosional dan Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri.
3. Testimoni berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dodol Kentang Insani Mandiri dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,130 > 1,669$ ) dengan taraf sig 0,022 dimana nilai sig adalah 0,022 lebih besar dari  $\alpha$  0,05. Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dengan arti terdapat pengaruh signifikan antara Testimoni dan Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Testimoni orang lain terhadap Kepuasan Konsumen

sebesar 31,3%, hal ini membuktikan Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Testimoni orang lain memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan skripsi ini, maka untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan disarankan kepada owner Dodol Kentang Insani Mandiri adalah sebagai berikut :

1. Variabel Testimoni Orang Lain dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 2%, maka disarankan :
  - a. Memberikan informasi yang sesuai dengan fakta dan logis agar dapat membuat pelanggan tertarik.
  - b. Menyampaikan informasi yang sesuai dengan apa yang akan didapat sehingga dapat membuat pelanggan percaya.
  - c. Membangun kepercayaan pelanggan dapat membuat persepsi pelanggan menjadi baik dan berdampak pada kelangsungan usaha.
2. Variabel Faktor Emosional dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 12,2%, maka disarankan :
  - a. Memberikan pelayanan yang ramah agar konsumen merasa senang.
  - b. Meningkatkan kualitas kecerdasan emosional dalam hal sosial karyawan.
  - c. Meningkatkan kepekaan terhadap perasaan orang lain dapat mendukung kelancaran pekerjaan.
3. Variabel Kualitas Pelayanan dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 17,1%, maka disarankan :

- a. Karyawan mampu memberikan pelayanan sebaik mungkin dengan mengutamakan kenyamanan pelanggan.
  - b. Memberikan informasi yang lengkap dan sesuai sehingga tidak terjadi kebingungan pada pelanggan.
  - c. Mencari karyawan yang bisa diandalkan dalam berinteraksi dengan pelanggan.
  - d. Mampu memberikan pelayanan yang tanggap.
  - e. Melayani dengan tulus ketika sedang bekerja.
4. Bagi peneliti, selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan melibatkan variabel-variabel lain yang relevan yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

