

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan, kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen UD. Syirkah.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 29,0% dan sisanya sebesar 71,0% dipengaruhi oleh variabel lain.
3. Menurut jawaban responden, indikator yang dominan dalam penelitian ini adalah keramahan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah responden yang menyetujui pernyataan ini sebanyak 61 responden.

#### **B. Saran dan Rekomendasi**

##### **1. Saran**

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Artinya, apabila perusahaan ingin memberikan kepuasan konsumen, maka perusahaan tersebut disarankan untuk mengkaji ulang aplikasi kualitas pelayanan. Selain itu, pihak manajemen hendaknya lebih memperhatikan

variabel lain dalam rangka meningkatkan profesionalisme karyawan dalam mengatasi permasalahan yang dialami konsumen.

## 2. Rekomendasi

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah peneliti sebaiknya menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain dari sisi kualitas pelayanan, seperti variabel loyalitas konsumen/pelanggan. Penambahan variabel ini nantinya dapat digunakan sebagai perbandingan dalam penelitian.

Rekomendasi lain untuk penelitian yang akan datang, sebaiknya peneliti memperbanyak jumlah sampel yang diteliti. Dengan demikian, peneliti lanjutan dapat memberikan gambaran yang spesifik.

## C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah dimensi yang digunakan. Penelitian ini hanya mengukur tiga dimensi dari variabel kualitas pelayanan. Tiga dimensi yang diukur dalam penelitian ini adalah *tangibles*, *reliability*, dan *responsiveness*. Menurut Parasuraman, dkk yang dikutip Tjiptono, terdapat lima dimensi

*servqual* yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.<sup>74</sup> Lima dimensi tersebut yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

Keterbatasan lain dalam penelitian ini terletak pada analisis. Ada kemungkinan variabel lain yang tidak diteliti secara menyeluruh dan rinci tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam kepuasan konsumen UD. Syirkah aqiqah Surabaya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengikutkan indikator lain yang belum diteliti oleh penulis.

pelayanan sisanya sebesar 71,0% oleh variabel lainnya. Hasil ini menunjukkan rendahnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. *R square* disebut juga koefisien determinasi.

---

<sup>74</sup> Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Sleman: Bayumedia, 2011), hal. 347.