BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kemudahan dan emosi terhadap kepuasan konsumen UD. AHASS Pandan Mulya Trenggalek, diperoleh beberapa kesimpulan, diantaranya :

1) Kualitas Pelayanan memperlihatkan pengaruh yang positif dan signifikan, artinya variabel tersebut memiliki peran dalam pemenuhan kepuasan konsumen.
2) Kualitas Produk memperlihatkan pengaruh yang positif dan signifikan, artinya variabel tersebut memiliki peran dalam pemenuhan kepuasan konsumen.
3) Harga memperlihatkan pengaruh yang positif dan signifikan, artinya variabel tersebut memiliki peran dalam pemenuhan kepuasan konsumen.
4) Kemudahan memperlihatkan pengaruh yang positif dan signifikan, artinya variabel tersebut memiliki peran dalam pemenuhan kepuasan konsumen.
5) Emosi memperlihatkan pengaruh yang positif dan signifikan, artinya variabel tersebut memiliki peran dalam pemenuhan kepuasan konsumen.

6) Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kemudahan dan Emosi secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap timbulnya Kepuasan Konsumen dari UD. AHASS Pandan Mulya Trenggalek.
7) Dari variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kemudahan dan Emosi, Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen UD. AHASS Pandan Mulya Trenggalek

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah terlahir dari penelitian, peneliti mencoba menyumbangkan beberapa saran yang diharapkan dapat menghasilkan berbagai manfaat bagi pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan hasil penelitian ini. Adapun berbagai saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

   Bagi UD. AHASS Pandan Mulya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran, saran maupun pengetahuan yang dapat menjadi bahan penambah keperkasaan pondasi usaha perdagangan, sekaligus menjadi pagar pembatas bagi setiap langkah pengembangan yang diambil oleh usaha perdagangan. Seperti yang diketahui, kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kemudahan dan emosi baik secara

simultan maupun parsial sama-sama dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen UD. AHASS Pandan Mulya Trenggalek. Jadi, berbagai hal tersebut patut diperhatikan dalam setiap penetapan strategi untuk mempertahankan dan mengembangkan pemasaran usaha perdagangan.

Sementara itu, kualitas pelayanan merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga, hal tersebut merupakan hal yang bersifat paling vital untuk diperhatikan. Pelayanan jasa dari berbagai produk UD. AHASS Pandan Mulya yang terbilang cukup banyak dan sangat variatif tentunya membutuhkan kemampuan karyawan, mekanik dan peralatan yang cukup berkelas. Selain itu, karyawan dan mekanik UD. AHASS Pandan Mulya masih didominasi oleh berbagai sosok yang belum memiliki tingkat pendidikan yang terlalu tinggi. Sehingga, rutinitas pemberian pelatihan serta pemeriksaan terhadap kinerja mereka, maupun kondisi peralatan yang digunakan masih sangat dibutuhkan untuk menjaga tingkat kualitas pelayanan yang diberikan.

Mengenai harga, mungkin UD. AHASS Pandan Mulya telah cukup baik dan bijaksana dalam penetapan harga dasar dari berbagai produk-nya. Namun, mereka tetap harus aktif dan kreatif dalam memberikan diskon, bonus pembelian, dsb. untuk dapat meningkatkan daya saing pemasaran atas berbagai produk mereka. Penghasilan

mayoritas masyarakat wilayah pantai seperti Prigi mungkin masih terbilang kurang stabil, karena masih dipengaruhi berbagai faktor yang sulit diperhitungkan, seperti cuaca dan kondisi pasar (harga ikan, bahan bakar, dsb.). Sedangkan untuk kualitas produk, karena mayoritas bisnis yang dilakukan mereka lebih didominasi oleh penjualan dan pelayanan jasa terhadap produk-produk eksternal (diproduksi perusahaan lain), mungkin analisa mengenai minat dan kebutuhan konsumen terhadap merk dan jenis produk (barang dan jasa) yang ditransaksikan terbilang lebih efektif, dan akan semakin baik jika memperhatikan perkembangan kebutuhan dan teknologi, serta berbagai situasi yang berkembang di lingkungan (alam, popularitas, budaya, dsb.).

Setelah tingkat pendapatan usaha perdagangan tetap terjaga pada kondisi yang baik, maka kualitas fasilitas umum, fasilitas perbelanjaan maupun fasilitas pelayanan jasa yang disediakan bisa semakin dikembangkan, sehingga dapat mempermudah munculnya berbagai emosi positif mengenai kualitas usaha perdagangan dalam benak konsumen yang telah merasa mendapat kepuasan.

2. Bagi Akademisi

Selain menjadi sumber rujukan dan bahan referensi, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai kiblat koreksi antara satu sama lain yang dapat meminimalisir setiap kekurangan dan

kelemahan yang masih terdapat pada masing-masing penelitian, termasuk penelitian ini sendiri.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian mengenai berbagai hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diharapkan dilakukan dengan menggunakan objek penelitian serta variabel dengan jumlah yang lebih banyak dan variatif. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan juga menganalisa faktor-faktor eksternal, dimana hal tersebut masih kurang diperhatikan pada penelitian ini. Hal tersebut dapat membuat hasil dari berbagai penelitian selanjutnya menjadi lebih meyakinkan. Sehingga, dengan adanya perbandingan analisa menggunakan pasangan variabel yang variatif baik berupa faktor eksternal maupun internal, serta perbandingan antara usaha perdagangan satu dengan lainnya, khususnya di daerah yang serupa, hasil penelitian yang didapatkan bisa menjadi semakin dipercaya.