

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. SIMPULAN

- a. Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, maka kesimpulan untuk analisis hubungan antar faktor dengan menggunakan metode chi square adalah bahwa kualitas layanan toserba Sri Ratu mempunyai hubungan ketergantungan dengan kepuasan konsumen baik konsumen remaja maupun dewasa. Adanya ketergantungan antara kepuasan konsumen dengan kualitas layanan dari Sri Ratu ditunjukkan oleh $\chi^2 > \chi^2_{5\%,6}$ ($18,39 > 12,592$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan tingkat hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (C) sebesar 0,6 dan nilai koefisien korelasinya adalah 0,303, yang menunjukkan bahwa ketergantungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah moderat rendah (*moderately low association*) karena nilai koefisien korelasinya terletak pada daerah 0,26 – 0,50.
- b. Kesimpulan yang bisa diambil dari uji t adalah adanya perbedaan kepuasan yang dirasakan antara konsumen remaja dengan konsumen dewasa. Perbedaan ini bisa terlihat dari perbandingan t hitung dengan t tabel yaitu $2,019 > 1,9864$ atau dari perbandingan probabilitas kesalahan (*sig 2-tailed*) dengan toleransi kesalahan (α , 5%) dimana hasil yang diperoleh adalah $0,046 < 0,050$ sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 .

5.2. Saran

- a. Dari analisis ketergantungan terlihat bahwa ada ketergantungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, namun tingkat ketergantungannya masih rendah sehingga pihak Sri Ratu harus lebih meningkatkan kualitas layanan contohnya dengan memberikan garansi, adanya layanan pesan antar, penataan ruangan toserba semenarik mungkin, dan sebagainya agar para konsumennya dapat mencapai tingkat kepuasan yang semaksimal mungkin.
- b. Dari uji t terlihat bahwa masih ada perbedaan kepuasan yang dirasakan antara konsumen remaja dengan konsumen dewasa sehingga sebaiknya pihak Sri Ratu dalam memberikan layanan harus memperhatikan tingkat usia para konsumennya agar para konsumennya baik remaja maupun dewasa dapat mencapai tingkat kepuasan yang sama.
- c. Penulis menyarankan kepada pihak Sri Ratu agar lebih melengkapi produk- produk yang dijual dalam toserbanya dan juga lebih memperbanyak jumlah produknya karena dari hasil jawaban konsumen baik remaja maupun dewasa terlihat bahwa kepuasan terhadap ketersediaan barang tidak terlalu besar.
- d. Pendisplayan produk juga dirasakan masih kurang baik sehingga perlu diatur dan ditata sebaik mungkin agar konsumen lebih mudah dalam mencari produk yang diinginkannya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abipraja, S., dan Hermeindito, **Statistik Terapan Untuk Penelitian Bisnis**, Surabaya: Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala.
- Arcana Nyoman, 1996, **Pengantar Statistika II**, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Blumberg Donald F., 1991, **Managing Service As a Strategic Profit Center**, Mc. Graww Hill.
- Bouce, Courtlan L., Houston Michael J., and Thill John, 1995, **Marketing**, Second Edition, Mc Graw. Hill.
- Colin G Armistead and Graham Clark, 1996, **Customer Service and Support**.
- Cronin, Joseph Jr, and Steran A Taylor, July 1992, **Measuring Service Quality: A Rexaminatin And Extention**, *Journal of Marketing*.
- Champion, Dean. J, 1981, **Basic Statistics For Social Research**, (2nd ed.), New York: Mac Millan Publishing Co.
- Dutka, Alan, **AMA Handbook For Customer Satisfaction 1994 : A Complete Guidance to Research Planning An Implementation**, NTC Business Books, Lincoln Wood, Illinors, USA.
- Engel James F, Blarkwell Roger D., and Minard Paul W., 1995, **Customer Behavior**, Eight Edition, International Edition.
- Kotler, Philip, 1998, **Marketing Management : Analisis, Planning, Implementation and Control**, Prentice Hall, Sixth Edition, Engel Wood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, Philip, and A Gary, 1996, **Dasar-dasar Pemasaran**, Jakarta : PT Prenhallindo.

Kotler, Philip, 1997, **Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**, Jakarta : PT Prenhallindo.

Tjiptono, F., 1995, **Manajemen Pemasaran**, Andy Jogjakarta,

Zeithalm, Valerte A., A Parasuraman, and Berry L., Leonard, 1990, **Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectation.**

