

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dibahas mengenai kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang telah dilakukan. Diberikan juga saran yang ditujukan kepada PD X sehingga dapat memperbaiki kualitas jasa yang diberikan.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PD X dapat ditarik beberapa kesimpulan. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

1. Tingkat kepuasan konsumen saat ini pada saat berbelanja di PD X sebesar 4,65 dari skala 6 (sangat baik), sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen cukup puas berbelanja di PD X.
2. Atribut-atribut yang memerlukan perbaikan adalah A2, A5, A9, A12, A16, dan A20.
3. Usulan perbaikan yang ditujukan untuk meningkatkan performansi PD X, diantaranya:
 - a. Menyediakan dus sebagai alas produk retur dan produk yang tidak jadi dibeli konsumen
 - b. Menerapkan kebijakan pengembalian produk hasil retur atau hasil pembeli tidak jadi membeli ke tempat semula sebelum toko tutup
 - c. Melakukan pengecatan secara rutin setiap 1 tahun
 - d. Membuat jadwal piket kebersihan
 - e. Memasang CCTV
 - f. Menetapkan kebijakan area meletakkan mangkuk
 - g. Membeli meja kecil untuk meletakkan makanan karyawan
 - h. Membeli tempat sampah
 - i. Membeli dan memasang plastik cover produk
 - j. Membuat *form* pengecekan dan penggantian plastik setiap bulan
 - k. Mengelompokkan dus kemeja sesuai jenis dan warnanya

- l. Memberikan *notes* ukuran, motif, dan warna pada dus kemeja
- m. Memberi nomor ukuran produk pada lemari
- n. Membeli tongkat galah
- o. Membuat survei minat konsumen dengan cara menanyakan langsung ataupun kuesioner yang diberikan setelah pembeli berbelanja
- p. Pemilik dapat survei ke toko-toko fesyen lainnya
- q. Membuat katalog produk
- r. Memasang debit BCA
- s. Memberikan *reward* kepada karyawan
- t. Memasang CCTV
- u. Menetapkan kebijakan libur karyawan
- v. Membuat jadwal istirahat karyawan yang tetap
- w. Evaluasi kinerja karyawan dengan membuat kuesioner yang diisi pembeli mengenai kinerja pekerja.

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan memberikan usulan perbaikan yang memungkinkan pada PD X, dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut.

1. Menerapkan usulan perbaikan yang telah disetujui agar dapat meningkatkan performansi layanan toko.
2. Mempertahankan konsistensi pengetahuan karyawan terkait produk yang ditawarkan, proses penukaran produk mudah dan cepat, toko memiliki jam operasional yang tepat, toko berlokasi di lokasi yang strategis dan mudah untuk ditemukan, dan karyawan melayani konsumen dengan sopan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. (2018, Juni 23). Bandung Selatan Diprediksi Jadi Pusat Pertumbuhan Ekonomi Jabar. *Merdeka.com Bandung*. Diunduh dari : <https://bandung.merdeka.com/halo-bandung/bandung-selatan-diprediksi-jadi-pusat-pertumbuhan-ekonomi-jabar-180623q.html>.
- Allison NK. (1978). A psychometric development of a test for consumer alienation from the marketplace. *J Mark Res* : 15:565–75.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2016). Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung, 2016. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- Dr. Hj. Mu'Ah, S. M. (2014). Kualitas Layanan Rumah Sakit Terhadap Emosi dan Kepuasan Pasien. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Fatimah, S. (2019, Mei 15). Kunjungan Wisman ke Bandung Meningkat, Ini Langkah yang Harus Dilakukan di Era Industri 4.0. *Tribun Jabar*. Diunduh dari : <https://jabar.tribunnews.com/2019/05/15/kunjungan-wisman-ke-bandung-meningkat-ini-langkah-yang-harus-dilakukan-di-era-industri-40>.
- Flanagan, J.C. (1954). The critical incident technique. *Psychological Bulletin*, 51(4): 327–358.
- Fonseca, L., Lima, V., & Silva, M. (2015). Utilization of Quality Tools : Does Sector and Size Matter? *International Journal for Quality Research* 9(4) 605–620, 607-608.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis: Pearson New International Edition, 7th Edition*. Harlow: Pearson Education.
- Hardesty, D.M. & Bearden, W.O. (2004). The use of expert judges in scale development implications for improving face validity of measures of unobservable constructs. *Journal of Business Research*, 57, 103.
- Hotma, A. H. (2019, Januari 4). Mari Galakkan Ekonomi Kreatif Kota Bandung. *Ayo Bandung*. Diunduh dari : <https://www.ayobandung.com/read/2019/01/04/42806/mari-galakkan-ekonomi-kreatif-kota-bandung>.

- Hurriyati, Ratih. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen: Fokus pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*. Bandung: Alfabeta.
- Irwansyah. (2014, Juni 25). Wisata Kota Bandung. *Inside Bandung*. Diunduh dari: <https://www.insidebandung.com/2014/06/bandung-kota-fashion.html>.
- Ishikawa, K. (1976). *Guide to Quality Control*. Asian Productivity Organization.
- Johnson, N. And Wichern, D. (1998). *Applied Multivariate Statistical Analysis*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J.
- Kaiser & Rice. (1974). *Statistik II*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kesowo, B. (2003, Maret 25). Diunduh dari Kementrian Perindustrian Republik Indonesia: <http://kemenperin.go.id>.
- Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M. & Yokoyama, F. (1990). Lodgserv: A service quality index for the lodging industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 14, 277-284.
- Lawrence, S. (2000). *Work Measurement and Methods Improvement*. Canada: John Wiley & Sons. Inc.
- Lubis, R. R., Megawati, E. R., & Lubis, L. D. (2016). Identifikasi Kelainan Mata dan Koreksi Tajam Penglihatan Presbiopia. *Abdimas Talenta 1 (1)*, 13-19.
- Noviasari, H., & Azrico. (2012). PENGARUH RETAIL SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BERBELANJA DI METRO SWALAYAN SENAPELAN PLAZA PEKANBARU. *Jurnal Ekonomi Volume 20*, 3-4.
- Peter, Paul. J dan Jerry C Olson. (1999). *Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Alih bahasa: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, S. (2006). *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariat: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekar, U. (2018, Juni 18). Mudik ke Bandung? Jangan Lupa ke 9 Tempat Belanja Murah Meriah Ini. *MoneySmart*. Diunduh dari : <https://www.moneysmart.id/mudik-ke-bandung-jangan-lupa-ke-9-tempat-belanja-murah-meriah-ini/>.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 7th Ed*. United Kingdom: John Wiley & Sons.

- Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*, New-York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sindo, P. K. (2015, Desember 15). Bandung Kota Kreatif UNESCO. *Koran Sindo*.
Diunduh dari : <http://koran-sindo.com/page/news/2015-12-15/0/8>.
- Spencer-Oatey, H. (2013). *Critical Incidents - A Compilation of Quotations for the Intercultural Field*. London: GlobalPAD Core Concepts.
- Subdirektorat Statistik Komunikasi dan Teknologi Informasi. (2016). Profil Perusahaan/ Perusahaan 16 Subsektor EKRAF Berdasarkan Sensus Ekonomi 2016 (SE2016). Bandung: Badan Pusat Statistik.
- Sureshchandar, G., Rajendran, C., & Anantharaman, R. (2002). The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction - a Factor Specific Approach. *Journal of Service Marketing*, Vol. 16 No. 4, 372.
- Sutalaksana, I. Z., Anggawisastra, R., & Tjakraatmadja (1979). *Teknik Tata Cara Kerja*. Institut Teknologi Bandung
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2007). *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi kedua. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tontini, G. & Picolo, J.D. (2010). *Improvement Gap Analysis. Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 20 (6), 565-584.
- Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan
- Wijaya, Tony. (2017). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano*. Jakarta : Penerbit Indeks.
- Zaid, D. M. (2015). *Correlation and Regression Analysis*. Ankara: SESRIC.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service . *Journal of The Academy of Marketing Science*, 5.