

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data kualitatif dan kuantitatif, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1). Hipotesis I yang menyatakan diduga kualitas jasa Kehandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) dan Bukti langsung (*Tangible*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Natasha *Skin Care*, Jl. Laksda Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta, **diterima**. Hal ini ditunjukkan bahwa taraf nyata 5% nilai $F_{hitung} (33.912) > F_{tabel} (2.29)$, selain itu juga didukung oleh nilai probabilitasnya yaitu 0.000, artinya bahwa variable kualitas jasa Kehandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) dan Bukti langsung (*Tangible*) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Natasha *Skin Care*, Jl. Laksda Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta.
- 2). Hipotesis II yang menyatakan diduga kualitas jasa Jaminan (*Assurance*) merupakan faktor dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Natasha *Skin Care*, Jl. Laksda Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta, **diterima**. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} terbesar yaitu pada seluruh variabel bebas adalah variabel Jaminan

(*Assurance*), sehingga Jaminan (*Assurance*) menjadi kualitas jasa yang dominan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Dengan memperhatikan kesimpulan tersebut diatas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

- 1). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) dan Bukti langsung (*Tangible*) merupakan variabel yang sama-sama memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Natasha *Skin Care*, Jl. Laksda Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta. Oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka sebaiknya pihak perusahaan memberikan perhatian kepada kelima dimensi kualitas tersebut secara terpadu dan sinergis serta berkesinambungan. Contoh : dengan lebih meningkatkan kelengkapan fasilitas perawatan serta meningkatkan kualitas karyawan yang ada demi terciptanya kepuasan konsumen.
- 2). Disarankan bagi perusahaan untuk lebih memberikan perhatian kepada dimensi kualitas jasa yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yaitu Jaminan (*Assurance*), karena faktor inilah yang kuat memberikan kepuasan selain empat faktor yang lainnya, sehingga dengan demikian perusahaan akan dapat menciptakan kepuasan sesuai yang diharapkan konsumen.