

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada jasa antar makanan Deliv, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari analisa karakteristik responden mayoritas konsumen adalah perempuan, berusia antara 19 - 21 tahun, pekerjaan pelajar/mahasiswa, pendapatan rendah yaitu dari Rp 1.000.000 sampai Rp 1.999.000, frekuensi menggunakan 2 kali dalam seminggu, dan memperoleh informasi dari teman. Hal ini menunjukkan bahwa profil pelanggan jasa antar makanan Deliv merupakan pelanggan yang berusia muda, produktif, pendapatan rendah karena masih pelajar/mahasiswa.
2. Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa konsumen memberikan penilaian yang baik pada dimensi tangibles sebesar 2,58 (baik), dimensi reliability yaitu dengan skor rata – rata sebesar 3,04 (baik), responsiveness skor rata – rata sebesar 3,07 (baik), assurance sebesar 2,86 (baik), dan empati sebesar 2,93 (baik). Sedangkan pada variabel kepuasan konsumen dengan skor rata – rata sebesar 3,06 (puas).

3. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Persamaan regresi linier berganda

$$Y = 0,047 + 0,356X_1 + 0,212X_2 + 0,115X_3 + 0,297X_4 + 0,100X_5$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa variabel tangibles berpengaruh positif sebesar 0,356, reliability berpengaruh positif sebesar 0,212, responsiveness berpengaruh positif sebesar 0,115, assurance berpengaruh positif sebesar 0,297, dan empathy berpengaruh positif sebesar 0,100.

b. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi berganda (R) menunjukkan hasil sebesar 0,861. Nilai ini cenderung mendekati angka 1 sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan (*tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) dengan kepuasan pelanggan. Artinya bahwa secara rata - rata setiap terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan yang terdiri dari tangibles, realibility, responsiveness, assurance, dan emphaty maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

c. Hasil koefisien determinasi berganda diketahui besarnya koefisien determinasi ($Adj.R^2$) = 0,727 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar

72,7% sisanya sebesar 27,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

- d. Dimensi Tangible mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan pelanggan terbukti. Hal ini dapat dilihat pada koefisien determinasi parsial (r^2) dari variabel Tangible (X_1) mempunyai nilai terbesar yaitu sebesar 28,5%.

5.2 Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi manajemen jasa antar makanan Deliv berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada jasa antar makanan Deliv.

1. Ditemukannya dimensi *tangible* merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pada jasa antar makanan Deliv. Langkah yang dilakukan adalah meningkatkan kinerja pada indikator yang dinilai paling rendah oleh konsumen yaitu indikator perlengkapan delivery (kendaraan, tas, jaket, dan nota) yang digunakan oleh Deliv. Sebaiknya perlengkapan delivery menggunakan identitas khusus yang mencirikan identitas perusahaan tersebut, baik helm, jaket/seragam, kotak/box tempat makanan.

2. Berdasarkan profil responden menunjukkan bahwa konsumen adalah berusia muda dan produktif, pekerjaan pelajar/mahasiswa, dan pendapatan rendah, hal ini merupakan peluang bagi pihak jasa antar makanan Deliv untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya agar konsumen merasa mendapatkan perhatian, jaminan dan respon yang baik dari perusahaan, sehingga kepuasan konsumen dapat diperoleh secara optimal dan konsumen lebih sering menggunakan jasa antar makanan Deliv.