

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis deskriptif terlihat bahwa :
 - a. Sebagian besar pengunjung pada Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya adalah perempuan, yaitu sebanyak 61 orang (62,9 %). Untuk responden laki-laki sebesar 36 orang (37,1%) dari keseluruhan responden.
 - b. Responden yang memiliki pendapatan < Rp 1000.000 sebanyak 6 orang (6,2 %), responden dengan pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 1.999.900 sebanyak 28 orang (28,9%), responden dengan pendapatan Rp. 2.000 – Rp 2.999.900 sebanyak 30 orang (30,9 %) dan responden dengan pendapatan > Rp. 3.000.000 sebanyak 33 orang (34 %).
2. Berdasarkan hasil analisis sikap konsumen menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap Toserba Rimba Jaya adalah **Cukup Baik** dengan skor 14,79. Hal ini terlihat dari besarnya indeks sikap tersebut berada pada range antara 10,6 sampai <15,4. Sedangkan sikap konsumen tertinggi berada pada atribut karyawan yang sipan dan ramah dengan indeks sikap 16,38 (Baik)

sedangkan sikap terendah terjadi pada atribut tanggap terhadap masalah konsumen dengan besarnya sikap 12,71 (cukup baik).

3. Hasil analisis sikap konsumen terhadap Toserba Surya adalah **Cukup Baik** dengan skor 14,79. Hal ini terlihat dari besarnya indeks sikap tersebut berada pada range antara 10,6 sampai <15,4. Sedangkan sikap konsumen tertinggi berada pada atribut karyawan yang sipan dan ramah dengan indeks sikap 16,38 (Baik) sedangkan sikap terendah terjadi pada atribut tanggap terhadap masalah konsumen dengan besarnya sikap 12,71 (cukup baik)
4. Berdasarkan hasil analisis Wilcoxon terhadap atribut kualitas pelayanan pada Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :
 - a. Secara keseluruhan terhadap dimensi kualitas pelayanan tidak terdapat perbedaan sikap secara signifikan antara Toserba Rimba Jaya dengan Toserba Surya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai p-value lebih besar dari 0,05
 - b. Perbedaan sikap secara signifikan hanya terjadi pada 6 atribut yaitu fasilitas yang nyaman, tanggap terhadap masalah konsumen, tanggap terhadap pelayanan akurat, memahami kebutuhan konsumen dan perhatian terhadap penanganan konsumen, sedangkan untuk atribut yang lain tidak terjadi perbedaan sikap yang signifikan.