

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini berarti semakin baik jaminan yang diberikan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Keandalan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini berarti semakin baik keandalan yang diberikan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI). Hal ini berarti semakin tinggi daya tanggap maka akan membuat kepuasan konsumen semakin tinggi dalam menggunakan jasa pengiriman tersebut.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Wujud terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI). Hal ini berarti semakin baik wujud yang diberikan tentu akan meningkatkan kepuasan konsumen PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI).
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Empati terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI). Hal ini

berarti semakin tinggi empati yang tentu akan membuat kepuasan konsumen semakin tinggi dalam saat menggunakan jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI).

## 5.2 Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi pengelola PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) yaitu :

1. Aspek jaminan, keandalan, wujud, daya tanggap, dan empati hendaknya dapat dipertahankan karena terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yaitu dengan berusaha meningkatkan aspek-aspek kualitas pelayanan yang mampu bersaing dengan jasa ekspedisi lainnya. Hal itu dikarenakan pangsa pasar yang dituju adalah konsumen yang melakukan pembelian *online* dimana setiap proses transaksi berlangsung singkat dan seringkali diantara beberapa pihak tidak saling kenal, maka jalan satu-satunya adalah perusahaan penyedia jasa harus meningkatkan inovasi atau faktor pembeda dalam kualitas pelayanan terhadap konsumen. Selain daripada itu, secara keseluruhan evaluasi kualitas pelayanan hendaknya dipantau secara kontinyu, dikaitkan dengan kecepatan dan ketepatan pengiriman, garansi produk, serta keluasan jangkauan pengiriman agar konsumen semakin puas dengan pelayanan dan tercapainya loyalitas.
2. Kualitas pelayanan berbasis internal perlu ditingkatkan agar kepuasan konsumen tercapai. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan pada indikator pengetahuan staf dalam memberikan informasi yang dibutuhkan

pelanggan. Kemampuan karyawan pada setiap kantor hendaknya distandarkan tingkat kompetensinya, sehingga karyawan melayani konsumen sudah siap dengan pengetahuan yang luas yang berkaitan dengan jasa ekspedisi ini.

