

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka diambil kesimpulan :

1. Berdasarkan analisa deskripsi identitas koresponden yang terdiri dari 67 orang, 39 orang atau 58,21% adalah koresponden “Laki-laki” dan sisanya adalah koresponden “Perempuan” yakni sebanyak 28 orang atau 41,79% dengan usia mayoritas “31-40 Tahun” yakni sebanyak 29 orang dan pekerjaan mayoritas “Swasta” sebanyak 37 orang atau 55,22%.
2. Berdasarkan analisa dengan metode Importance Performance Analysis (IPA) : atribut ketersediaan pusat reparasi/perbaikan stampel masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen berada pada kuadran I.

Atribut yang ada pada kuadran II adalah Kualitas Stampel yang dihasilkan bagus, desain yang dibuat sesuai dengan pesanan, produk stampel lebih awet dan tahan lama, konsumen merasa puas terhadap mutu stampel. Faktor-faktor yang ada pada kuadran ini harus tetap dipertahankan karena faktor-faktor tersebut menjadikan kualitas produk CV Modern Stamp unggul menurut para konsumen. Atribut pilihan jenis stampel variasi dan pilihan warna tinta stampel menarik berada pada kuadran III menunjukkan bahwa atribut ini bukanlah hal yang terlalu penting bagi para konsumen, serta pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa.

Sedangkan atribut tinta stampel yang dihasilkan rata bukanlah hal yang penting, namun pengguna merasakan kualitas berlebihan dalam melakukannya.

3. Berdasarkan Uji Validitas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r table 0.244. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

4. Berdasarkan Uji Hipotesis , bahwa *performance* (kinerja) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *durability* (ketahanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *service ability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *aesthetics* (keindahan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka terdapat beberapa saran yang perlu diperhatikan sebagai masukan bagi perusahaan, mengenai kualitas produk CV Modern Stamp terhadap kepuasan konsumen

1. Aspek manajerial dan sistem

Dengan cara meningkatkan sistem informasi tentang pusat reparasi/perbaikan stampel yang mudah dijangkau oleh konsumen dalam masalah harga dan proses perbaikannya. Hal ini ditunjukkan pada atribut pusat reparasi/perbaikan stampel yang berada pada kuadran I atau masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

2. Aspek penelitian selanjutnya.

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, misalnya faktor pelayanan dan harga dan dapat juga menggunakan metode yang lain seperti metode servual dan AHP. Penelitian ini juga dapat dilanjutkan ke dampaknya pada loyalitas pelanggan.