

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil pengolahan data pada PT. Indah Yatama Bandung mengenai “Pengaruh Kualitas Jasa dan *Personal Selling* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indah Yatama Bandung”. Maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indah Yatama Bandung sebesar 21,2% dan sisanya yaitu sebesar 78,8% dipengaruhi oleh beberapa variabel atau faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Kualitas Jasa pada PT. Indah Yatama Bandung dikatakan cukup baik, karena rata – rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,36 yang berada pada interval 2,60- 3,39. Hal ini menunjukkan PT. Indah Yatama Bandung menyadari bahwa salah satu unsur dalam kualitas jasa adalah “Kecepatan karyawan dalam menangani masalah yang dialami konsumen” yang mempunyai peranan penting dengan memperoleh rata – rata sebesar 3,64, dan salah satu unsur kualitas jasa yang perlu diperhatikan adalah “Kecepatan proses penitipan barang di PT. Indah Yatama Bandung” dengan memperoleh rata – rata sebesar 3,09. Dalam hal *reliability* (kehandalan) kadang – kadang mengalami hambatan dikarenakan kurangnya kecekatan karyawan dalam proses penitipan barang, sehingga mempengaruhi ketepatan estimasi waktu yang di janjikan kepada pelanggan.
  
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh *Personal Selling* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indah Yatama Bandung sebesar 25,1% dan sisanya yaitu sebesar 74,9% dipengaruhi oleh beberapa variabel atau faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. *Personal Selling* pada PT. Indah Yatama Bandung dikatakan baik, karena

rata – rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,49 yang berada pada interval 3,40- 4,19. Hal ini menunjukkan PT. Indah Yatama Bandung menyadari bahwa salah satu unsur dalam *personal selling* adalah “Marketing PT. Indah Yatama Bandung dalam menyampaikan informasi mengenai layanan pengiriman barang dan mudah dipahami calon pelanggan” yang mempunyai peranan penting dengan memperoleh rata – rata sebesar 3,97, dan salah satu unsur *personal selling* yang perlu diperhatikan adalah “Marketing PT. Indah Yatama Bandung dapat menangani keberatan calon pelanggan” dengan memperoleh rata – rata sebesar 3,09. Ini yang mengakibatkan pelanggan sedikit ragu untuk menggunakan pelayanan jasa PT. Indah Yatama Bandung menimbang dari marketing perusahaan yang belum sepenuhnya mampu menangani semua keberatan pelanggan sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

3. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan pada PT. Indah Yatama Bandung dikatakan cukup baik, karena rata – rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,26 yang berada pada interval 2,60- 3,39. Hal ini menunjukkan PT. Indah Yatama Bandung menyadari bahwa salah satu unsur dalam kepuasan pelanggan adalah “Anda berharap pelayanan jasa yang di berikan PT. Indah Yatama Bandung dapat lebih baik lagi” yang mempunyai peranan penting dengan memperoleh rata – rata sebesar 3,63, dan salah satu unsur kualitas jasa yang perlu diperhatikan adalah “Anda merasa puas atas nilai jasa yang diberikan PT. Indah Yatama Bandung” yang hanya mampu memperoleh rata – rata sebesar 3,09. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Indah Yatama Bandung sehingga mempengaruhi pendapatan yang diterima selama satu tahun terakhir.

## 5.2 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terkait proses kepuasan pelanggan yang dilihat :

### 1. Bagi PT. Indah Yatama Bandung

1. PT. Indah Yatama Bandung harus lebih memperhatikan lagi kecepatan dalam proses penitipan barang pelanggan. Maka dari itu PT. Indah Yatama Bandung harus menambahkan 1 atau 2 karyawan yang bertugas sebagai administrasi, dan menambah jumlah armada mobil penjemputan barang agar mempercepat proses penitipan barang sehingga pelanggan tidak menunggu terlalu lama untuk proses penitipan barang dan estimasi waktu akan sesuai dengan yang dijanjikan.
2. PT. Indah Yatama Bandung harus menambah jumlah tenaga *personal selling* agar dapat menguasai keberatan – keberatan yang dialami pelanggan dan akan memudahkan cara kerja *personal selling* untuk menyampaikan status barang dengan jelas, menawarkan kerja sama dengan pelanggan.
3. PT. Indah Yatama Bandung harus selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan baik dari segi operasional maupun sdm, karena sebagai pelayan jasa jika pelanggan sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka perubahan kebijakan perusahaan akan mudah diterima oleh pelanggan.

### 2. Bagi Peneliti

Lebih memperdalam ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan membandingkan dengan realitas yang terjadi di lingkungan, khususnya mengenai kualitas jasa, *personal selling* dan kepuasan pelanggan.

### 3. Bagi Pembaca

Penelitian ini menjelaskan tentang hubungan dan pengaruh kualitas jasa dan *personal selling* terhadap kepuasan pelanggan. Bagi pembaca yang hendak memperdalam pengetahuan mengenai kualitas jasa, *personal selling* dan kepuasan pelanggan, penelitian ini dapat membantu pembaca sebagai referensi.

