

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terkait penelitian kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tirta Rohalli Widyatama Surabaya. Hal ini menginterpretasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pada pelanggan sehingga akan mengurangi tingkat perpindahan pelanggan ke pesaing lain dan menciptakan pelanggan yang setia pada perusahaan. Begitupun sebaliknya, jika kualitas pelayanan menurun, tingkat kepuasan pelanggan juga akan berkurang, yang pada akhirnya dapat meningkatkan risiko perpindahan.
2. Persepsi harga memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tirta Rohalli Widyatama Surabaya. Hal ini menginterpretasikan bahwa semakin baik persepsi harga yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan sehingga pelanggan akan semakin loyal terhadap perusahaan karena mendapatkan harga yang sesuai dengan nilai yang didapatkan.

Begitupun sebaliknya, jika persepsi harga menurun, tingkat kepuasan pelanggan juga akan berkurang

5.2 Saran

1. Pada kualitas pelayanan terdapat aspek yang tertinggi yaitu sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan. Perusahaan dalam memberikan pelayanan sudah sangat baik terutama dalam penggunaan sistem pencatatan yang akurat dan bebas dari kesalahan sehingga pelanggan merasa memiliki keamanan dan kenyamanan terhadap pelayanan yang diberikan. Diharapkan, perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan sistem pencatatan yang baik agar tidak ada kesalahan dalam pencatatan produk, selain itu karyawan juga dapat melakukan verifikasi atau memeriksa kembali untuk memastikan inventaris yang akurat.
2. Pada persepsi harga terdapat aspek tertinggi yaitu potongan harga. Perusahaan dalam memberikan harga yang terjangkau sudah sangat baik terutama seringnya memberikan potongan harga atau diskon yang menarik sehingga pelanggan juga merasa mendapatkan keuntungan dan hubungan timbal balik antara pelanggan dengan perusahaan. Diharapkan perusahaan dapat terus memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan, seperti ketika ada acara atau *event*, ketika hari besar (keagamaan, nasional, dan lainnya), pemberian diskon pada pelanggan baru maupun pelanggan setia, memberikan penawaran khusus, dan pemberian diskon lainnya.

3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel atau faktor yang berbeda diluar penelitian untuk lebih mengembangkan penelitian sehingga lebih beragam, misalnya seperti kualitas produk, promosi, fasilitas, dan lainnya. Selain itu, sebaiknya menambahkan dan melibatkan sampel yang lebih luas untuk meningkatkan generalisasi hasil.