

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis data maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil menunjukkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* pada *store* cabang 1 yaitu 80,8% sehingga berdasarkan Interpretasi Indeks Kepuasan Konsumen pada *store* cabang 1 yang dinilai oleh pelanggan masuk ke dalam kategori puas. Pada *store* cabang 2 dihasilkan nilai *Customer Satisfaction Index* sebesar 75,8% maka sesuai Interpretasi Indeks Kepuasan Konsumen, cabang toko tersebut dinyatakan puas oleh pelanggan.
2. Perbedaan kualitas pelayanan antara *store* cabang 1 dan 2 terlihat dari perhitungan *Gap profile matching*, dengan acuan *store* cabang 1 maka terdapat perbedaan kualitas pada *store* cabang 2 yang masih rendah dibandingkan pada *store* cabang 1 yaitu pada atribut F2 (kelengkapan fasilitas penunjang), F3 (desain toko), F4 (kelengkapan media promosi), R1 (kesan pertama pelayanan yang baik), R3 (ketersediaan stok), R5 (penempatan label harga), R6 (kesesuaian antara harga yang tertera pada label dengan output pada struk), R7 (kesesuaian diskon yang dijanjikan), P1 (penanganan pengembalian dan penukaran barang), P3 (penanganan keluhan pelanggan), K2 (kebijakan lahan parkir antara mobil dan motor), K3 (jam operasional toko), K4 (keamanan dalam penitipan barang), K5 (penyediaan pembayaran secara tunai maupun non-tunai).
3. Hasil pemeringkatan prioritas atribut untuk dilakukan *improvement* guna meningkatkan kepuasan pelanggan pada *store* yang memiliki nilai CSI terendah (*store* cabang 2) yaitu dimulai dari R6, R1, K2, R5, R7, R3, F3, F2, F4, K5, P3, K4, K3, dan P1 kemudian dirancang 5 rekomendasi perbaikan berdasarkan prioritasnya.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini diperoleh saran sebagai berikut.

1. Melakukan analisis terkait perbandingan menggunakan metode yang lebih akurat.

2. Dalam perhitungan *profile matching* dapat menggunakan nilai bobot berdasarkan pertimbangan yang lebih objektif.
3. Melakukan analisis terkait perbandingan kualitas pelayanan dengan *benchmarking* pada kompetitor badan usaha ritel yang lain.

