

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan yaitu memiliki suatu hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Apotek Enggal Bandar Lampung. Hal ini dapat didasarkan pada:

1. Secara keseluruhan jumlah yang di peroleh adalah 2187. pelayanan yang diberikan oleh Apotek Enggal masih dinilai baik, hal ini dilihat dari hasil jawaban yang diberikan oleh responden (Tabel IV.8) dimana jumlah nilai untuk kategori baik sebesar 647 lebih besar dari kategori sangat baik dengan nilai 276 .
2. Secara parsial hasil rekapitulasi dari kelima variabel kualitas pelayanan konsumen memberikan jawaban “sangat baik” untuk masing-masing kualitas pelayanan yaitu : *Tangible* 11,5%, *Emphaty* 15%, *Reliability* 23,2%, *Responsiveness* 9%, *Assurance* 13,5% dan faktor kepuasan 19,2%.
konsumen memberikan jawaban “baik” untuk masing-masing kualitas pelayanan yaitu : *Tangible* 39,3%, *Emphaty* 37,3%, *Reliability* 29,4%, *Responsiveness* 37%, *Assurance* 41,5% dan faktor kepuasan 33%.

konsumen memberikan jawaban “tidak baik” untuk masing-masing kualitas pelayanan yaitu : *Tangible* 4,3%, *Emphaty* 2,6%, *Reliability* 2,4%, *Responsiveness* 9%, *Assurance* (-) dan faktor kepuasan 4,5%.

3. Sedangkan secara kuantitatif dapat diambil suatu kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan berhubungan terhadap kepuasan konsumen

Analisis menggunakan *Chi Square* menunjukkan bahwa hipotesis penulis diterima, yakni ada hubungan positif antara pelayanan yang diberikan Apotek Enggal, yaitu : *Tangible*, *Empathy*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance* terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berdasarkan perhitungan (lampiran 7) dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 4 (lampiran 8), X_0^2 tabel sebesar 9,488. Maka dapat dilihat diketahui bahwa nilai hubungan yang di peroleh *Tangible* sebesar 0,421, *Emphaty* sebesar 0,533, *Reliability* sebesar 0,516, *Responsiveness* sebesar 0,515, *Assurance* sebesar 0,526 secara keseluruhan nilai koefisien kontingensi yang di peroleh 0,550. Standar Koefisien Kontingensi adalah sebagai berikut, jika nilai pengaruh $\leq 0,50$ berarti hubungannya lemah dan jika $\geq 0,50$ berarti memiliki hubungan yang kuat. Setealah di teliti menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan hubungan yang lemah pada faktor *Tangible* dengan kepuasan konsumen

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang diberikan oleh Apotek Enggal sebagai bahan penelitian guna meningkatkan kualitas pelayanan, maka berikut ini disajikan beberapa saran antara lain:

1. Melihat dari jawaban responden mengenai variabel *Tangible*, hendaknya Apotek Enggal lebih memperhatikan lagi keadaan bentuk fisik ruangan nya, khusus nya pada ruang tunggu konsumen agar konsumen dapat lebih merasa nyaman pada saat menunggu.
2. Melihat dari jawaban responden mengenai variabel *Empathy*, sebaiknya pihak Apotek memperhatikan pegawai dengan memberikan *training* khususnya bagi karyawan yang baru agar karyawan dapat lebih mengetahui strategi kerja, sikap, kemampuan, kesabaran dan tata cara berkomunikasi yang baik terhadap konsumen. Hal tersebut dilakukan agar karyawan mengerti bagaimana menangani konsumen secara baik dan benar.
3. Melihat hasil responden mengenai variabel keandalan *Reability*, Hendaknya Apotek Enggal lebih memperhatikan faktor ini karena pada faktor ini adalah faktor-faktor yang berhubungan terhadap kepuasan konsumen jadi untuk memperoleh nilai baik keandalan-keandalan yang ada faktor ini harus benar-benar terealisasi sehingga janji yang disampaikan kepada pelanggan tidak jauh berbeda dari realisasinya.
4. Melihat hasil responden mengenai variabel daya tanggap (*Responsiveness*). Sebaiknya Apotek Enggal memiliki karyawan yang khusus diperuntukkan untuk menangani dan menanggapi keluhan pada konsumen serta fokus pada bagian-bagian yang telah ditetapkan sehingga dapat meningkatkan kualitas karyawan agar dapat cepat, tepat dalam peracikan obat agar para konsumen tidak terlalu lama menunggu.

5. Melihat hasil dari jawaban reponden mengenai variabel jaminan (*Assurance*),.

Pada variabel ini Untuk meningkatkan menjadi nilai yang baik bagi perusahaan karyawan dan perusahaan lebih memperhatikan kembali obat-obatan yang di beli dari distributor dan diracik apakah layak atau sudah sesuai sesuai pada resep konsumen untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan baik bagi perusahaan maupun konsumen itu sendiri.