

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Kesimpulan berikut mampu didapat pada kajian serta perdebatan tersebut:

- a. Nilai F klinik hewan Cita Vet sebesar 20,072 hal ini disebabkan variabel *sense*, *feeling*, *think*, *act*, dan related berpengaruh positif dan besar terhadap kepuasan klien.
- b. Faktor rasa, perasaan, pemikiran, tindakan, dan keterkaitan dapat menjelaskan 50,9% variasi dalam kepuasan pelanggan; variabel lain memperhitungkan varian yang tersisa.
- c. Pada nilai positif 0,488, nilai koefisien regresi *sense* menyatakan bahwa peningkatan sebesar 1% pada variabel *sense* dikaitkan dengan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,448.
- d. Koefisien regresi rasa bernilai positif sebesar 0,600, yang berarti peningkatan sebesar 1% pada variabel rasa menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar +0,600.
- e. Hasil positif sebesar 0,106 untuk koefisien regresi *think* menunjukkan bahwa kenaikan 1% pada variabel *think* dikaitkan dengan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,106 poin.
- f. Hasil koefisien regresi tindakan bernilai positif sebesar 1,605, artinya apabila terjadi kenaikan pada variabel tindakan sejumlah 1% maka akan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen sejumlah 1,605.
- g. Pada angka positif 1,022, koefisien *regresi* korelasi menunjukkan bahwa peningkatan sebesar 1 poin persentase pada variabel korelasi menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen secara keseluruhan sebesar 1,022 poin persentase.

6.2. Saran

Kajian dan perdebatan tersebut mengarahkan peneliti untuk mengusulkan berbagai perubahan, beberapa di antaranya dirinci di bawah ini:

- a. Cita Vet merancang untuk menciptakan pengalaman indrawi (pengalaman pribadi) dengan menggunakan penglihatan, suara, sentuhan, rasa, dan penciuman harus dikembangkan oleh klinik dokter hewan, misalnya *layout* tempat tunggu, pelayanan dan perawatan yang menarik karena koefisien variabel *sense* menunjukkan nilai yang positif
- b. Klinik hewan Cita Vet perlu merancang strategi yang dapat menciptakan perasaan (*feel*) yang kuat karena nilai koefisien variabel *feel* menunjukkan tanda positif terhadap kepuasan konsumen. Misalnya, menciptakan merek yang lebih menarik.
- c. Klinik hewan Cita Vet perlu merancang strategi yang dapat menciptakan ide-ide kreatif (*think*) karena nilai koefisien variabel *think* menunjukkan tanda positif terhadap kepuasan konsumen.
- d. Klinik hewan Cita Vet perlu memberikan pengalaman yang bernilai bagi konsumen supaya menjadi pelanggan setia, misalnya pelayanan yang prima, kualitas yang melebihi ekspektasi pelanggan.
- e. Klinik hewan Cita Vet perlu strategi terkait *relate* secara kuat dan luas, karena variabel *relate* menunjukkan nilai koefisien yang positif terhadap kepuasan konsumen, misalnya dengan membentuk komunitas pecinta hewan peliharaan.