

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada pengujian dan pada pembahasan di bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Keandalan (*Reliability*) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dari nilai koefisien regresi yang paling tinggi dan tingkat signifikansi yang paling rendah ($p = 0,00$). Indikator-indikator keandalan, seperti tanggapan cepat terhadap pertanyaan pelanggan dan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan tepat waktu, memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien yang cukup tinggi dan tingkat signifikansi yang rendah ($p = 0,008$). Kemampuan staf untuk merespon masalah dengan cepat dan bersedia memberikan bantuan segera memberikan kontribusi yang besar dalam kepuasan pelanggan.
3. Bukti Fisik (*Tangible*), yang mencakup penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personel, juga memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($p = 0,007$). Pelanggan merasa lebih puas ketika fasilitas yang digunakan sesuai standar industri dan peralatan yang tersedia *up-to-date*.
4. Empati (*Empathy*) berpengaruh secara signifikan ($p = 0,007$) terhadap kepuasan pelanggan, di mana perhatian individu yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan, serta pemahaman terhadap kebutuhan spesifik pelanggan, meningkatkan rasa puas pelanggan.
5. Jaminan (*Assurance*) juga terbukti memberikan pengaruh signifikan ($p = 0,017$), meskipun tidak sebesar variabel lainnya. Kepercayaan yang diberikan pelanggan terhadap karyawan dan rasa aman saat

bertransaksi berperan dalam menciptakan kepuasan, meski kontribusinya tidak sebesar variabel keandalan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Asian Body Care (*Tribe Fit*):

1. Fokus pada Keandalan

Hasil uji t menunjukkan bahwa Keandalan (*Reliability*) memiliki nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dan koefisien positif sebesar 0,258. Ini menunjukkan bahwa Keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memastikan bahwa layanan selalu tepat waktu, sesuai janji, dan dapat diandalkan. Implementasi standar operasional yang ketat dan sistem pemantauan kualitas layanan dapat membantu perusahaan memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

2. Peningkatan Jaminan

Dengan nilai signifikansi sebesar 0,017, Jaminan (*Assurance*) juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien positif sebesar 0,103. Untuk membangun kepercayaan pelanggan, perusahaan perlu meningkatkan kompetensi dan kejujuran karyawan serta memberikan perhatian yang lebih pada kepentingan pelanggan. Pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan pengetahuan produk sangat dianjurkan.

3. Investasi pada Bukti Fisik

Bukti Fisik (*Tangibles*) menunjukkan nilai signifikansi 0,007 dan koefisien positif 0,192, yang mengindikasikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan disarankan untuk berinvestasi dalam memperbaiki fasilitas fisik dan penampilan staf.

Fasilitas yang modern dan menarik, serta staf yang berpakaian rapi, dapat memperbaiki persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

4. Pelatihan Empati

Empati (Empathy) memiliki nilai signifikansi 0,007 dan koefisien positif 0,125, yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelatihan untuk meningkatkan kemampuan staf dalam memahami dan merespons perasaan serta kebutuhan pelanggan dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan. Program pelatihan yang fokus pada keterampilan empati akan membantu staf memberikan layanan yang lebih baik.

5. Peningkatan Daya Tanggap

Daya Tanggap (Responsiveness) menunjukkan nilai signifikansi 0,008 dan koefisien positif 0,186, yang juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan harus memperbaiki sistem responsivitas terhadap kebutuhan dan permintaan pelanggan. Peningkatan sistem manajemen keluhan, pelatihan staf dalam memberikan respons cepat, dan keterbukaan terhadap masukan pelanggan akan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.