

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya dan sesuai dengan fokus penelitian, maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Produk Sepatu Kulit Den Yu *Shoes* dalam hal kemampuan dan keahlian pembuatan sepatu, serta alat perlengkapan yang di gunakan dalam melayani tidak sesuai dengan yang di janjikan oleh karyawan. Terutama dalam menyelesaikan pesanan yang sering molor serta model yang tidak sesuai, ukuran yang kurang pas. Padahal sebelumnya sudah ada kesepakatan di awal. Itu di sebabkan kurang di dukungnya sumber daya manusia yang ahli dan kompeten. Rata-rata karyawan yang bekerja di Den Yu *Shoes* pendidikan SMA. Bekerja dengan cara otodidak tanpa pengetahuan.
2. Peranan kualitas pelayanan Produk Sepatu Kulit dalam Meningkatkan volume penjualan berperan dalam meningkatkan penjualan salah satunya dengan mengunggulkan pelayanan kualitas produk dengan bahan yang berkualitas dan selalu berusaha dalam mengembangkan produk yang dimiliki. Yang awal berdiri hanya memiliki satu jenis produk dan sekarang sudah memiliki lebih dari satu jenis produk. Yaitu jenis sepatu seperti, sepatu untuk wanita yaitu *high heels, flatShoes, pantofel, boots, dan wedges*. Untuk sepatu pria yaitu sepatu

olahraga, pantofel, cat dan *boots*. Dengan memproduksi setiap bulannya berjumlah 300 pasang. Melihat jumlah produksi yang banyak dapat menunjukkan Den Yu *Shoes* sudah mempunyai konsumen yang tetap dan bisa bertahan dan loyal sampai saat ini sehingga dapat menjadikan penjualan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan uraian diatas maka dapat beberapa saran yang di sajikan penulis sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Den Yu *Shoes*

bagi pemilik hendaknya lebih meningkatkan pelayanan konsumen dalam memenuhi pesanan sehingga tidak terjadi kesalahan terutama dalam proses pembuatan.

2. Bagi konsumen

Peneliti menyarankan agar setiap konsumen harus lebih jelas dalam memberi informasi dalam pemesanan. Sehingga tidak terjadi kesalahfahaman antara produsen dan konsumen.