

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan memperhatikan hasil analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan B-Creative termasuk kategori baik. Hasil ini berdasarkan frekuensi kumulatif terbesar pada skor 81-100 dengan hasil 50%
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan konsumen B-Creative termasuk kategori baik. Hasil ini berdasarkan frekuensi kumulatif terbesar pada skor 81-100 dengan hasil 51%
3. Variabel kualitas layanan (X) berpengaruh secara parsial terhadap 4,239 sedangkan t tabel diperoleh sebesar 1,668 dan signifikansi 0,000 yakni $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak yang artinya kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen B.Creative. Secara simultan variabel kualitas layanan (X), berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen B.Creative (Y) *Event Organizer*. Hal ini karena dapat diketahui bahwa nilai f hitung sebesar 109.554, maka f hitung dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan nilai *R square* 0,624 yang artinya pengaruh variabel kualitas layanan hanya mampu menjelaskan 62,4%

terhadap kepuasan konsumen sedangkan 37,6% disebabkan oleh variabel lain yang seperti kualitas produk, emosi, dan biaya.

Dalam Pandangan islam B.creative telah melaksanakan beberapa point instrument demi menjaga kepuasan konsumennya yaitu selalu memperbaiki kualitas pelayanan secara terus menerus.

B. Saran

1. Sebagai salah satu *Event Organizer* (EO) yang bergerak dalam jasa Pembuatan acara B.Creative tentunya ingin agar usahanya tumbuh dengan baik dan pesat. Maka disarankan dapat lebih meningkatkan dan memperbaiki kualitas layanan sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik, baik dari segi kreatifitasnya seperti mengupgrade info terkini dalam pembuatan sebuah acara. B-Creative harus memperhatikan kehandalan dalam melayani konsumen dengan tanggap dan handal, serta menciptakan sebuah kepercayaan konsumen agar konsumen merasa puas. Jadi persaingan yang akan terjadi tidak hanya dari segi produk saja, akan tetapi pada kualitas layanan karena B-Creative merupakan perusahaan jasa. Serta dapat mencari variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang berdampak pada tujuan perusahaan.
2. Bagi konsumen B-Creative dengan mendapatkan sebuah layanan dari jasa B-Creative yang maksimal sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan atas apa yang telah di bayarkan dan di terima, agar tujuan perusahaan dapat terealisasikan dengan baik dan optimal. Dan dapat

merefereasikan ke orang lain agar tetap dapat menggunakan jasa

B.Creative

3. Bagi peneliti selanjutnya akan lebih baik lagi jika pada variabel bebasnya dapat di tambahkan, agar hasil penelitiannya dapat lebih menggambarkan mengenai objek yang akan di teliti, mengingat bahwasannya pengaruh kualitas layanan sebesar 62,4% sedangkan sisanya 37,6%. Sebagaimana masih terdapat variabel-variabel lain untuk diteliti. Maka untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen.