

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan tentang hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Apotek Idola, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kualitas pelayanan di Apotek Idola, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri sebesar 74,6% dengan kategori sedang.
2. Tingkat kepuasan konsumen di Apotek Idola, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri sebesar 73% dengan kategori sedang.
3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Apotek Idola, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri sebesar 0,430 yang berarti bahwa korelasi antar keduanya adalah cukup kuat, serta terdapat hubungan yang menunjukkan nilai positif. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen juga semakin tinggi, dan sebaliknya apabila semakin rendah kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen juga semakin rendah.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dari kesimpulan di atas, penulis ingin memberikan saran yang mana diharapkan bisa memiliki manfaat ke depannya khususnya dalam bidang yang dikaji, antara lain:

### **1. Bagi Apotek Idola**

Diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi petugas Apotek Idola dalam memberikan pelayanan secara maksimal agar meningkatkan sikap kepuasan konsumen khususnya dalam hal penyediaan fasilitas dan peralatan medis yang lebih memadai serta memperhatikan penampilan karyawan agar terlihat lebih baik kedepannya, khususnya dalam memperbaiki fasilitas bangunan yang kurang representatif dalam menunjukkan tampilan Apotek Idola sebagai fasilitas layanan kesehatan publik. Selain itu juga, diharapkan petugas Apotek Idola bisa memberikan atensi penuh dalam memperbaiki kinerja secara aktual di bidang pelayanan sebagai usaha dalam memenuhi persepsi/harapan konsumen agar merasa puas.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dalam melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen baik dari segi pengembangan variabel, objek penelitian, maupun metode penelitian yang digunakan.