

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang telah dirancang, serta hasil analisis data yang diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data yang melibatkan 349 responden memperlihatkan bahwa 192 responden atau setara dengan 55,0% memberikan penilaian bahwa kualitas pelayanan di Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri berada pada kategori sangat baik. Penilaian tersebut mencakup lima indikator kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan perhatian (*empathy*).
2. Berdasarkan hasil analisis data yang melibatkan 349 responden memperlihatkan bahwa 203 responden atau setara dengan 58,2% memberikan penilaian bahwa aktivitas promosi di Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri berada pada kategori baik. Kegiatan promosi yang dilaksanakan mencakup penyampaian pesan promosi, penggunaan media promosi (WhatsApp, Instagram, Facebook), penetapan waktu promosi, serta intensitas promosi yang sesuai dengan target pasar.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data yang melibatkan 349 responden memperlihatkan bahwa 207 responden atau setara dengan 59,3% memberikan penilaian bahwa tingkat keputusan dalam memilih layanan

grooming di Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen memiliki kepercayaan yang kuat dalam menentukan pilihan layanan *grooming* di lokasi tersebut.

4. Berdasarkan hasil pengujian statistik dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dalam memilih layanan *grooming* (Y) di Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri. Hal ini terbukti dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t -hitung $>$ t -tabel, yaitu $17,592 > 1,966$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
5. Berdasarkan hasil pengujian statistik dapat diambil kesimpulan bahwa variabel promosi (X_2) secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dalam memilih layanan *grooming* (Y) di Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri. Hal ini terbukti dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t -hitung $>$ t -tabel, yaitu $3,410 > 1,966$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
6. Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan promosi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap keputusan dalam memilih layanan *grooming* (Y) di Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri. Temuan dari analisis korelasi berganda menampilkan angka sebesar 0,703 yang menandakan adanya hubungan yang kuat. Sementara itu, hasil uji F

memperlihatkan bahwa nilai F-hitung sebesar $168,584 > F\text{-tabel}$ yaitu 3,02 dengan tingkat signifikansi 0,000, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu, nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,494 atau 49,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh sebesar 49,4% terhadap keputusan memilih jasa *grooming* di Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri. Adapun 50,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga (*price*), lokasi (*place*), proses (*process*), SDM (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*) yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 16,051 + 0,590X_1 + 0,125X_2$, berarti jika variabel kualitas pelayanan naik satu satuan maka keputusan memilih jasa *grooming* akan naik sebesar 0,590, dan jika variabel promosi naik satu satuan maka keputusan memilih jasa *grooming* akan naik sebesar 0,125.

B. Saran

Berdasarkan pada uraian hasil pembahasan di atas yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan memilih jasa *grooming* di Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri, berikut adalah beberapa saran yang disampaikan kepada pihak-pihak terkait:

1. Bagi Pihak Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri

Sesuai dengan hasil penelitian yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan promosi dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih jasa *grooming*, maka peneliti berharap agar pihak pengelola Kaki Empat *Pet Care* Puri Asri Kediri dapat mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen tetap terjaga, mengoptimalkan strategi promosi melalui berbagai media sosial dengan meningkatkan frekuensi dan kualitas konten promosi,

serta memanfaatkan testimoni pelanggan dan program loyalitas untuk menarik lebih banyak konsumen baru, dan melakukan evaluasi berkala terhadap kepuasan konsumenn melalui survei atau kotak saran untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan memastikan layanan yang diberikan selalu sesuai dengan ekspektasi konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Melalui penelitian ini, peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti harga (*price*), lokasi (*place*), proses layanan (*process*), sumber daya manusia (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan memilih jasa *grooming*. Mengingat kualitas pelayanan dan promosi hanya memberikan kontribusi sebesar 49,4% terhadap keputusan pembelian, hal ini menunjukkan masih ada 50,6% faktor lain yang berpengaruh.