

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan mengacu pada rumusan masalah dalam penelitian ini dan penyajian data yang terkumpul maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) pada konsumen aqiqah Nurul Hayat kota Kediri dalam kategori cukup, karena nilai mean sebesar 53,47 berada diantara skor 51,321 dan 55,9185.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) pada aqiqah Nurul Hayat kota Kediri dalam kategori cukup, karena nilai mean sebesar 25,78 diantara skor 24,6455 dan 26,9145.

Berdasarkan beberapa hasil analisis data terhadap variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan konsumen) yang dilakukan peneliti pada bab-bab sebelumnya diperoleh distribusi data variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan konsumen) berdistribusi normal. Uji hipotesis untuk variabel X (kualitas pelayanan) diperoleh hasil t_{hitung} 74,623 dan nilai sig. 0,000 sebesar $0,000 < 0,05$, untuk variabel Y (kepuasan konsumen) diperoleh hasil t_{hitung} 68,160 dan nilai sig. 0,000 sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga ada hubungan antara kualitas konsumen

terhadap kepuasan konsumen aqiqah Nurul Hayat kota Kediri. Hasil analisis menggunakan rumus regresi linier sederhana diperoleh hasil bahwa besarnya pengaruh kepuasan konsumen 0,222 atau sebesar 22,2% terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan cukup berpengaruh terhadap kepuasan konsumen aqiqah pada Nurul Hayat kota Kediri, yang mana konsumen merasa tidak kurang dan juga tidak sangat baik melainkan cukup.

Kategori cukup dalam hal ini dapat dilihat dari survey konsumen aqiqah Nurul Hayat dalam menggunakan jasa catering Aqiqah yang mana berdasarkan pendapat Kotler dalam Tjiptono untuk mengetahui kepuasan konsumen dapat melalui survey kepuasan konsumen.¹ Survey kepuasan konsumen aqiqah Nurul Hayat kota Kediri menggunakan pengukuran secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada konsumen. Dimana hasil survey menunjukkan bahwa konsumen aqiqah Nurul Hayat kota Kediri merasa cukup puas pada saat mengkonsumsi dan menggunakan jasa catering tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta : Andi, 2003), 102.

1. Disarankan kepada lembaga aqiqah untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen menjadi meningkat dan akan berpengaruh besar terhadap pemasukan dari usaha tersebut. Dan disarankan untuk tetap mempertahankan pelayanan yang berupa :
 - a. Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan atau kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan.
 - b. Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan dapat dipercaya.
 - c. Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
 - d. Jaminan dan kepastian yaitu merupakan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain yaitu : komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan rasa sopan santun.
 - e. Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

2. Disarankan kepada lembaga untuk lebih meningkatkan kualitas produk, brand (*merk*), dan juga harga, karena ini merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa tersebut.
3. Untuk penelitian di masa yang akan datang sebaiknya memperluas variabel dan pengukuran variabel penelitian sehingga dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan mempermudah penelitian berikutnya dalam menilai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.