

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan dan analisis data penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai “Pengaruh Pengalaman Pelanggan, *Service Quality*, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rival ShoesCleaning” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menjelaskan bahwa semakin meningkat pengalaman konsumen akan kenyamanan, *safety*, sesuatu yang baru, *beauty*, dan gencarnya edukasi maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. *Service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana semakin meningkatnya kehandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, dan bukti fisik yang diberikan pelaku usaha kepada pelanggannya akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Harga juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana semakin tingginya keterjangkauan harga atas suatu produk, kesesuaian harga atas kualitas produk, daya saing harga dipasaran dibandingkan harga pesaing, dan juga kesesuaian harga atas manfaat yang didapatkan kepada pelanggannya maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Pengalaman pelanggan, *service quality* maupun harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan, *service quality* serta harga yang diberikan pelaku usaha akan semakin meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

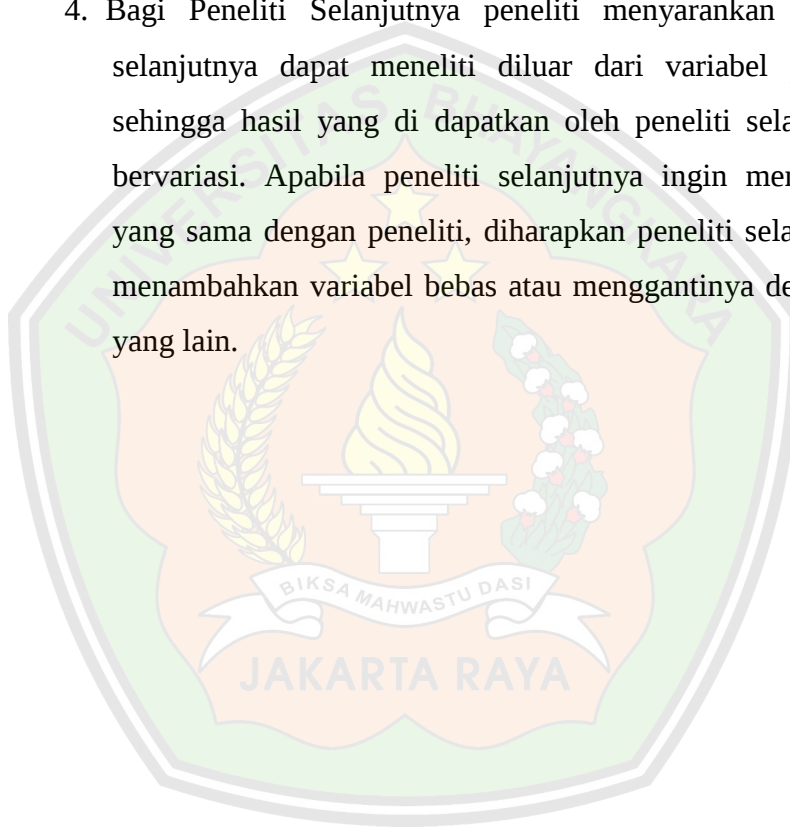
5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dengan kesimpulan diatas, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, baik untuk penelitian selanjutnya dan khususnya Rival Shoescleaning . Ada beberapa saran yang didapat peneliti terkait dengan hasil penelitian antara lain :

1. Bagi Pemilik Rival Shoescleaning Diharapkan memfokuskan talkers pada indikator Informasi melalui pengalaman teman/kerabat yang dibicarakan kepada konsumen, karena dengan memfokuskan kepada hal tersebut, jasa usaha sepatu laundry sepatu Shoes and Care akan semakin eksis dan berhasil dalam usaha persaingan bisnis. Untuk melakukan hal tersebut, pihak usaha jasa laundry sepatu Shoes and Care harus mengetahui terlebih dahulu apa yang diinginkan oleh konsumennya, ini bisa dilakukan dengan cara membuat sebuah kotak saran atau komentar dari media sosial, sehingga pihak usaha bisa menyesuaikan dengan keinginan konsumen
2. Bagi Pemilik Rival Shoescleaning Diharapkan pemilik laundry sepatu shoes and care juga dapat memfokuskan kualitas pelayanannya pada indikator peralatan yang digunakan laundry sepatu, karena konsumen juga butuh informasi tentang peralatan apa yang digunakan untuk membersihkan sepatu mereka. Maka hal ini bisa dilakukan dengan cara memberitahu mereka tentang produk apa yang digunakan untuk mencuci sepatu mereka.
3. Bagi Pemilik Rival Shoescleaning Pada variabel Pengalaman Pelanggan, perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk dan jasa dari sebuah pelayanan harus sesuai harapan karena jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan tersebut tidak akan akan datang kembali pada perusahaan tersebut, perusahaan harus menyakinkan perasaan pelanggan agar dapat pengalaman yang baik, serta memberikan *service quality* yang baik agar pelanggan merasa puas dengan

service yang diberikan oleh perusahaan. Diharapkan kepada pemilik Rival Shoescleaning mengadakan pelatihan tentang Standar Operasional Perusahaan (SOP) atau mengetahui informasi tentang laundry sepatu itu sendiri sehingga karyawan dapat mempelajari bagaimana cara berkomunikasi dengan baik dan benar kepada ke pelanggan mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberitahu pelanggan tentang cara pencucian sepatu dan sopan santun kepada para pelanggan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat meneliti diluar dari variabel penelitian ini sehingga hasil yang di dapatkan oleh peneliti selanjutnya lebih bervariasi. Apabila peneliti selanjutnya ingin meneliti variabel yang sama dengan peneliti, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas atau menggantinya dengan variabel yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

- AMILIA, S. 2017. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam* 6(1): 660–69.
- Atika Zahra. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)." *Hilos Tensados* 1: 1–476.
- Aulia, Miftah, and Universitas Tadulako. 2021. "Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas." 7(1): 12–20.
- Sri Wulan, and Prijati. 2019. "Pengaruh Harga , Kepercayaan , Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek Di Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 8(8): 1–18.
- Etikawati, Ena, and Raswan Udjang. 2016. "Strategi Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan." *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis* 4(1): 9–23.
- Finardi, Ajeng Dewi Indriyani, and Yeni Yuniawati. 2016. "Gunung Tangkuban Perahu Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Di." *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal* 6(1): 983–94.
- Firmansyah, Anang, and Mochamad Mochklas. 2018. "Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras Di Surabaya." *Jurnal Eksekutif* 15(1): 281–95. <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/179>.
- Gofur, Abdul. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1): 37–44.
- Hermawan, Sigit, and Amirullah. 2016. "METODE PENELITIAN BISNIS:

- Pendekatan Kuantitatif&kualitatif.” *Metode Penelitian Bisnis Bandung*: 264.
- Hwang, Clara, and Elisabeth I. Heath. 2014. “Reply to G. Procopio et Al.” *Journal of Clinical Oncology* 32(27): 3083.
- Kelvin Kristanto dan Michael Adiwijaya. 2018. “Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Leko.” *Agora* 6(1): 1–10.
- MAHENDRA KUSUMA, AA. GEDE, and I Putu Gde Sukaatmadja. 2018. “Pengaruh Kewajaran Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen.” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 3(2): 1835.
- Mona, Margareta, John Kekenusa, and Jantje Prang. 2015. “Penggunaan Regresi Linear Berganda Untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud.” *d’CARTESIAN* 4(2): 196.
- Mulyapradana, Aria, Ary Dwi Anjarini, and Harnoto Harnoto. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Tempo Cabang Tegal.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 3(1): 26–38.
- Nasution, Novrihan Leily. 2019. “Analisis Loyalitas Kerja Pegawai Dinas Pendidikan Kabupaten Labuhanbatu.” *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 6(2): 1–13.
- Novia, Hanna Ester, and Endang Sutrisna. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Di Pekanbaru Jom FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017 Page 1.” *Jom Fisip* 4(2): 1–15.
- Polignano, Marcus Vinicius. 2019. “~~濟無~~No Title No Title.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Prasetio, Ari. 2011. “Manajemn Pemasaran, Analisis Perencanaan Dan Pengendalian.” *Management Analysis Journal* 1(4).
- Prastiani, Siti Chaerunisa. 2018. “Sebagai Variabel Intervening Pada.” 1(1): 12–

21.

- Purnama, Aditya Hary, and Ita Rifani Permatasari. 2018. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Aulya Kediri." *Akutansi Dan Ekonomi Bisnis* 4(1): 345–48.
- Reyhansyah, Ivan. 2020. "Analisis Pengaruh Service Quality Dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Pada PT. Mustikasakti Sarana Kencana)." *Majalah Ilmiah Bahari Jogja* 18(1): 81–102.
- Sari, Nirmala Putri, and Ismail Razak. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 5(3).
- Sari, Noni Permata, and Agung Budiarno. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Persero) Semarang)." *Undip E-Journal*: 1–9.
- Septiani, Risa. 2020. "Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ilmu Manajemen* 17(1): 98–108.
- SIMAMORA, SUSIANA, and REALIZE. 2020. "Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online." *Jurnal Ilmiah Kohesi* 4(3): 111–22.
- Sistem, Kualitas, Kualitas Informasi, Aktual Dan, and Kepuasan Pengguna. 2013. "Pengaruh Dukungan Manajemen Puncak, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Pengguna Aktual Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Implementasi Sistem Informasi Keuangan Daerah Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Akuntansi* 4(1): 196–214.
- Sujarweni, V.W. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Jl. Wonosari Km.6 Demblaksari Baturetno Banguntapan Bantul Yogyakarta.

- Tulangow, Sharen G., Tinneke M. Tumbel, and Olivia F. C. Walangitan. 2019. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis* 9(3): 35.
- Xian, Gou Li, dkk. 2011. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen." *Bisma: Jurnal Manajemen* 5(1): 17–25.
- Zahrah, Fathiya Nabila, Indrawati, and Tjahjono Djatmiko. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Bandung." *e-Proceeding of Management* 4(3): 2187–94.
- Zamora, Ramon. 2017. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listerik b'right PT. PLN Batam Pada Unit Pelayanan Batam Centre." *Jurnal Bening* 4(1): 1–19. <http://dx.doi.org/10.33373/bening.v4i1.699>.

