

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pada analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan Ahul Saleh terhadap produk yang dijual berdasarkan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction index* (CSI) mendapatkan hasil nilai sebesar 75.19%, sementara berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) hasil dari rata-rata tingkat kesesuaian dari setiap atribut yaitu sebesar 94.38%. Sehingga dapat dikatakan telah memenuhi kepuasan dari konsumen UMKM Ahul Saleh.
2. Berdasarkan diagram kartesius, dimensi orang (*people*) menjadi prioritas utama. Atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan antara mengenai update informasi mengenai produk UMKM Ahul Saleh, kemudian kepuasan konsumen dengan pelayanan dari karyawan dan yang terakhir mengenai kesesuaian pelayanan. Dengan adanya usulan perbaikan seperti membentuk departemen marketing yang fokus pada proses promosi, memberikan reward dengan tujuan untuk lebih baik melayani pelanggan, menentukan *dress code* untuk menentukan kerapian, menentukan SOP dalam melayani konsumen.

#### **5.2. Saran**

Saran yang dapat diberikan terhadap penelitian ini yaitu:

1. UMKM Ahul Saleh diharapkan dapat terus melakukan perbaikan-perbaikan terhadap atribut-atribut yang masih dianggap kurang maksimal oleh para konsumen yang bertujuan untuk mencapai kepuasan yang lebih baik.
2. Saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya yaitu dapat melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan kepuasan pengguna dengan menambahkan atribut-atribut baru, seperti atribut teknologi dimana peneliti selanjutnya dapat menganalisa efek moderasi teknologi terhadap kepuasan konsumen. Saran untuk menganalisa efek variabel teknologi dikarenakan

dijaman ini teknologi sudah menjadi satu kebutuhan penting hamper esmua kalangan masyarakat.