

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya menunjukkan kualitas pelayanan di PT Lancar Berkah Berlimpah dengan skor 4,04, artinya kepuasan pelanggan baik. PT Lancar Berkah Berlimpah memperoleh hasil sangat puas dengan skor 4,55. Jadi dapat disimpulkan bahwa peran kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Lancar Berkah Berlimpah sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, sedangkan peran kualitas pelayanan PT Lancar Berkah Berlimpah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan, jika semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan PT Lancar berkah Berlimpah.

Kendala yang dihadapi oleh PT Lancar Berkah Berlimpah saat ini pelanggan membandingkan kualitas produk minyak dari PT Lancar Berkah Berlimpah dengan perusahaan pesaing. Maka dari itu Perusahaan meningkatkan kualitas produk dengan kualitas yang menyamai / hampir sama dengan kualitas produk perusahaan pesaing. Selanjutnya PT Lancar Berkah Berlimpah melakukan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran dengan secara langsung dan PT LBB juga mempertahankan kualitas dan kuantitas produk kepada pelanggan,

menjamin ketepatan waktu pendistribusian, dan memberikan pilihan jenis pembayaran dan tempo waktu pembayaran untuk memudahkan pelanggan.

5.2. Saran

Saran penelitian ini ditunjukkan untuk penelitian selanjutnya. Berikut ini merupakan saran peneliti, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan topik yang berbeda terkait peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan topik pembahasan yang sama disarankan melakukan penelitian di perusahaan yang berbeda yang sejenis, bila perusahaan yang sama bisa disarankan untuk melakukan penelitian pada topik yang berbeda guna menghindari sebagai plagiarisme.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan PT Lancar Berkah Berlimpah perlu dilakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala agar mengetahui seberapa puasny pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sebelumnya telah dijabarkan, maka implikasi dari penelitian ini adalah:

1. Kepuasan pelanggan menjadi sesuatu yang penting bagi suatu bisnis, ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala agar dapat mengukur sejauh mana pelanggan puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan.

2. Menyediakan *website* perusahaan yang didalamnya berisi tentang informasi-informasi perusahaan dan penawaran-penawaran produk yang dimiliki oleh perusahaan.



Daftar Pustaka

- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)* (2nd ed.). Zanafa Publishing.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Pemasaran Kompetitif, 1*.
- Bambang, R. (2013). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan* (4th ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, & Loyalitas Pelanggan* (Hermanto (ed.); 1st ed.). CV. Jakad Publishing Surabaya.
- HL, S., Islami, V., & Nelfianti, F. (2016). *Service Excellence* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Indrasari, D. M. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- ISO 9001, 2015. (2015). *Quality Management System-Requirement*. BSI Standards Limited.
- Laksana, F. (2017). *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu.
- Minarti, S. N. (2014). The Influence of Customer Satisfaction, Switching Cost and Trusts in a Brand on Customer Loyalty – The Survey on Student as im3 Users in Depok, Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 143*, 1015–1019.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814044747?via%3Dihub>
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Ghallia Indonesia.
- Nurlia. (2018). Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellent. *Meraja Journal, 1*(2), 17–30. <https://media.neliti.com/media/publications/284682-strategi-pelayanan-dengan-konsep-service-09679416.pdf>
- Permatasari, D. (2022). *Pelayanan Prima*.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sulseltrabar/baca-artikel/15009/Apa-itu-Pelayanan-Prima.html#:~:text=Menurut%28Firmansyah%2C%202016%29%20pelayanan%20prima%20adalah%20pelayanan%20yang,prima%2C%20sehingga%20pelanggan%20mendapatkan%20sesuatu%20yang%20melebihi%20harapannya.>
- Revita, I., Suharto, A., & Izzudin, A. (2021). Studi Empiris Pengendalian Kualitas Produk Pada Vieyuri Konveksi Empirical Study of Quality Control in Vieyuri Konveksi. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 4*(2), 39–49.
<https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1695>
- Rifa'i, D. K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.
- Saputra, R. J. (2020). Analisis Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada PT Barito Samugara Trans Energy di Kalsel dan Kalteng. *Diploma Thesis, Universitas Islam Kalimantan MAB*, 1–123.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Budi Utama.

- Sunyoto, D. (2015). *Strategi pemasaran*. CAPS (Centerfor Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip penerapan dan penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan* (A. Diana (ed.)). Andi.
- Widarini, F. (2013). *Hubungan pelayanan prima (service excellence) dengan loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Genteng Banyuwangi*.
- Zaenal, M., & Laksana, W. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik*. CV. Pustaka Setia.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.