



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari Uraian yang telah disusun pada bab-bab sebelumnya dan sesuai dengan data-data yang diperoleh selama penelitian, maka berdasarkan uji disimpulkan sebagai berikut:

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Anta Permana Salon. Artinya, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh salon, maka pelanggan akan semakin merasa puas.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SmartPLS, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Semua indikator pada variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai outer loading di atas 0,70, yang berarti setiap indikator secara akurat mewakili variabel yang diukurnya. Hal ini juga didukung dengan nilai AVE dan Composite Reliability yang tinggi, menunjukkan bahwa model ini sudah valid dan reliabel.

Selain itu, hasil validitas diskriminan menunjukkan bahwa setiap indikator lebih tinggi nilainya terhadap variabel yang seharusnya diukur dibandingkan dengan variabel lain. Ini membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan dapat membedakan antar konstruk dengan baik.

Dari sisi hubungan antar variabel (inner model), didapatkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Konsumen, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,569 dan nilai t-statistik sebesar 6,170 (lebih dari 1,96), serta p-value 0,000 (kurang dari 0,05). Artinya, jika kualitas pelayanan meningkat, maka kepuasan konsumen juga akan ikut meningkat.

Nilai R-square sebesar 0,324 menunjukkan bahwa 32,4% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Akan tetapi kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang cukup besar namun bukan satu-satunya faktor.

B. Saran

Berdasarkan Penelitian yang sudah dilakukan disusun saran-saran sebagai berikut:

1. Peningkatan Kualitas Pelayanan secara Konsisten

Berdasarkan hasil analisis, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pihak Anta Permana Salon disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam hal *responsiveness* (daya tanggap) dan *empathy* (perhatian personal), karena kedua aspek ini sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen.

2. Evaluasi dan Penyempurnaan Indikator Pelayanan

Meskipun hasil outer model menunjukkan indikator valid dan reliabel, nilai SRMR dalam uji Goodness of Fit (0,147) melebihi batas ideal. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan evaluasi dan penyempurnaan terhadap struktur model serta indikator yang digunakan agar



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

uaian model penelitian. Penambahan indikator baru atau penggabungan item yang terlalu serupa juga dapat dipertimbangkan.

3. Menggali Faktor Lain yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Nilai R-square sebesar 0,324 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan hanya menjelaskan sekitar 32,4% dari variasi kepuasan konsumen. Artinya, ada sekitar 67,6% faktor lain yang juga turut memengaruhi kepuasan. Oleh sebab itu, disarankan agar penelitian selanjutnya mengeksplorasi variabel lain seperti harga, brand image, fasilitas tambahan, dan suasana salon untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh.

4. Penelitian selanjutnya

Hendaknya mencari petunjuk lain seperti buku dan jurnal yang lebih mendukung lagi agar menguatkan hasil penelitian. Dan juga bisa menggunakan metode penelitian yang berbeda. disarankan mereplikasi model ini untuk menguji konsistensi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di berbagai konteks usaha jasa.