

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini dihasilkan beberapa temuan dari pembahasan bab sebelumnya. Berikut hasil temuannya yaitu :

1. Pemasaran *digital* pada Saera *Home Living* Karawang berada pada kategori baik. Hal ini disebabkan karena tampilan desain *website* Saera *Home Living* Karawang dan indikator yang mendapat respon rendah yaitu penggunaan saluran komunikasi *online* tentang Saera *Home Living* Karawang.
2. Kualitas produk pada Saera *Home Living* Karawang berada pada kategori cukup baik. Hal ini disebabkan karena pelayanan penanganan keluhan oleh pihak Saera *Home Living* Karawang kepada konsumen baik dilakukan dan indikator yang mendapat respon rendah yaitu keramahan/kesopanan dalam pelayanan konsumen oleh Saera *Home Living* Karawang.
3. Kepuasan konsumen pada Saera *Home Living* Karawang berada pada kategori cukup puas. Hal ini disebabkan karena kesesuaian waktu pengiriman dengan janji yang diberikan oleh pihak Saera *Home Living* Karawang dan indikator yang mendapat respon rendah yaitu lokasi menuju Saera *Home Living* Karawang mudah dijangkau dan ditemukan konsumen
4. Terdapat pengaruh secara parsial pemasaran *digital* terhadap kepuasan pelanggan
5. Terdapat pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
6. Terdapat pengaruh secara simultan pemasaran *digital* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

1.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, maka disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Pihak manajemen harus menempatkan admin khusus dalam melakukan pemasaran *digital*, sebab pada faktor penggunaan saluran komunikasi *online* tentang Saera Home Living Karawang begitu *slow respon* dirasakan oleh konsumen. Merekrut karyawan yang bekerja sebagai admin media sosial dapat memaksimalkan pemasaran melalui *digital* karena, dengan terpisah dari pekerjaan yang lain maka maksimalisasi *market* akan tercapai oleh Saera.
2. Kualitas produk tidak hanya diperoleh dari unsur fisik, namun pada sisi *serviceability* atau jenis kualitas produk unsur *non* fisik harus diperhatikan oleh pihak manajemen Saera. Keranna berdasarkan hasil analisis bahwa keramahan/kesopanan dalam melakukan pelayanan terhadap keluhan konsumen kurang optimal dilakukan. Pemisahan lokasi dengan lokasi utama dalam hal pelayanan perbaikan produk merupakan langkah yang tepat dengan sumber daya yang kompeten agar konsumen merasakan kualitas produk secara menyeluruh.
3. Untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen yang optimal, maka pihak manajemen Saera harus mempertimbangkan kembali lokasi Saera agar oleh konsumen mudah dijangkau dan ditemukan. Dengan merubah plang atau papan nama yang lebih besar lagi, serta membuat penunjuk arah di jalan utama Galuh Mas agar konsumen tidak kebingungan mencari lokasi Saera serta melakukan *setting* ulang pada *google maps* dengan keakuratan titik sedekat mungkin maksimal atau dengan cara lainnya.
4. Pihak manajemen hendaknya dalam melakukan pemasaran *digital* yang baik tidak hanya melihat dari kualitas produk yang ditawarkan, namun melihat dari berbagai aspek lainnya misalkan pada sisi fasilitas pelayanan, harga, garansi dan lain sebagainya.
5. Pihak Saera Home Living dalam hal ini manajemen Saera lebih memperhatikan tentang kualitas produk yang ditawarkan terutama dalam hal pemberian pelayanan atau *serviceability* kepada konsumen dengan cara membuat lokasi tersendiri sebagai tempat melakukan perbaikan terhadap produk yang menjadi komplainan konsumen dan lainnya sebagainya.
6. Bagi peneliti lain untuk penelitian yang selanjutnya disarankan untuk menambah atau menggunakan variabel-variabel independen lainnya yang potensial memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen misalnya variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi, citra merek dan lainnya serta menggunakan metode lain untuk melihat perbandingan antara satu

metode dengan metode lainnya misalnya dengan metode penelitian kualitatif. Dengan metode penelitian kualitatif peneliti dapat mengeksplorasi perasaan responden secara lebih mendalam secara langsung. Dalam penelitian kualitatif metode pengumpulan data menggunakan teknik *indepht interview* sehingga responden dapat mengungkapkan perasaan secara leluasa, dan peneliti dapat memperoleh jawaban sesuai dengan yang diharapkan. Dengan demikian data yang diperoleh lebih akurat dan dapat mewakili dari seluruh populasi.

