

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan pengujian hipotesis melalui uji t dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) variabel X (manajemen rantai pasokan) adalah 0,000. Karena nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh manajemen rantai pasokan (variabel X) terhadap kepuasan konsumen (variabel Y).
2. Berdasarkan nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,515. Nilai R Square 0,515 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R” yaitu $0,718 \times 0,718 = 0,515$. Besarnya koefisien determinasi (R Square) adalah 0,515 atau sama dengan 51,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel manajemen rantai pasokan t berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 51,5%. Sedangkan sisanya 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini
3. Manajemen rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengelolaan rantai pasok, seperti ketersediaan produk, kecepatan distribusi, serta koordinasi antarbagian, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.
4. Kualitas layanan dalam rantai pasok menjadi faktor penting. Konsumen merasa puas apabila produk dan layanan yang ditawarkan sesuai harapan, tepat waktu, dan konsisten.
5. Peningkatan kepuasan konsumen berdampak pada loyalitas. Konsumen yang merasa puas lebih cenderung melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan layanan perusahaan kepada pihak lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perusahaan (PT. Narindo Solusi Komunikasi Tab Lotu)

1. Disarankan agar dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT, narindo solusi telekomunikasi tab lotu perlu meningkatkan komunikasi yang baik antara tenaga penjual dengan pelanggan sehingga memberikan kesan yang baik dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
2. Disarankan untuk menggunakan sistem pembayaran yang mudah kepada pelanggan tidak hanya dengan pembayaran secara tunai namun bisa dikembangkan dengan menggunakan sistem transfer.
3. Disarankan agar dalam melaksanakan kegiatan pengiriman produk digital seperti pulsa dan kuota internet dengan cepat dan tepat (tidak mengalami keterlambatan dalam pengiriman) sehingga dapat membuat konsumen puas.

5.2.2 Bagi Konsumen

1. Konsumen diharapkan memberikan umpan balik secara berkelanjutan agar perusahaan dapat memperbaiki kelemahan yang ada dalam rantai pasok maupun layanan.

5.2.3 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Disarankan untuk memperluas variabel penelitian, misalnya dengan menambahkan faktor harga, kualitas pelayanan, atau teknologi digital dalam manajemen rantai pasok.
2. Penelitian dapat dilakukan dengan objek perusahaan berbeda atau dengan jumlah responden yang lebih besar agar hasil penelitian lebih general dan komprehensif.