

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam tesis ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Service Quality* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kimia Farma Apotek di Kota Jambi.
2. *Information Quality* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kimia Farma Apotek di Kota Jambi.
3. *Service Quality* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kimia Farma Apotek di Kota Jambi.
4. *Information Quality* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kimia Farma Apotek di Kota Jambi.
5. Keputusan pembelian memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kimia Farma Apotek di Kota Jambi.

6.2. Saran-saran

6.2.1. Secara Praktis

Berdasarkan beberapa kesimpulan yang diperoleh, maka saran untuk perbaikan penelitian dimasa mendatang pada kepuasan konsumen pada Apotek Kimia Farma sebagai berikut:

- a. Kedepan di harapkan pada Apotek Kimia Farma dapat lebih mengoptimalkan fasilitas *delivery* yang saat ini menjadi prioritas dalam pelayanan konsumen di era pandemi dan pasca pandemi
- b. Kedepan diharapkan pula pada Apotek Kimia Farma kedepannya dapat memperluas cangkupan jaringan Apotek yang ada di Provinsi Jambi, saat ini apotek Kimia Farma 95% masih terdapat di dalam Kota Jambi.
- c. Diharapkan kedepan pada pihak Kimia Farma Apotek dapat memperbaharui informasi yang *up to date* (terkini), akurat dan lengkap. Terkait ketersediaan obat dan Harga Obat. Karena kualitas informasi dalam proses pembelian barang di yakini mampu meningkatkan keputusan pembelian.
- d. Kedepan diharapkan pada pihak Apotek Kimia Farma dapat mengoptimalkan dan menerapkan standarisasi waktu pelayanan terhadap obat racikan dan non racikan yang mereka jual. Karena pelayanan obat racikan dan non racikan menjadi salah satu standar pelayanan yang krusial pada Apotek

6.2.2. Secara Akademis

- a. Penelitian ini perlu di tindak lanjuti lagi untuk melihat faktor lain apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen di Apotek Kimia Farma
- b. Keputusan pembelian dan kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor lain, oleh karena itu perlu kajian yang lebih komprehensif, guna menjawab faktor lain (*epsilon*) yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen selain dari *service quality* dan *information quality*.