

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu, tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Raja Cukur Babershop adalah sebesar 4,53 dan nilai tersebut dalam kondisi konsumen mempunyai harapan yang baik terhadap kualitas pelayanan Raja Cukur Babershop sedangkan tingkat kinerja konsumen kualitas pelayanan pada Raja Cukur Babershop adalah sebesar 4,77 dan nilai tersebut dalam kondisi konsumen menilai baik mengenai kualitas pelayanan Raja Cukur Babershop.

Dari hasil analisis servqual seluruh item berada dalam gap positif sehingga konsumen puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Raja Cukur Babershop. Secara keseluruhan, nilai servqual lima dimensi adalah positif, yang menunjukkan bahwa kualitas keseluruhan pelayanan yang disediakan oleh Raja Cukur Babershop sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.

Faktor-faktor yang harus diperbaiki yaitu lahan parkir karyawan yang memungkinkan untuk diperluan karena nilai indikator ini lebih kecil dari indikator yang lain. Sedangkan kelemahan yang penulis alami ketika memberikan kuesioner kepada pelanggan Raja Cukur Babershop adalah sebagian pelanggan tidak mau memberikan penilaian terhadap Raja Cukur Babershop sehingga akhirnya penulis menggunakan google form dalam menyebar kuesioner.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan yang melakukan restrukturisasi.

1. Dengan adanya pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Bukti Langsung (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy) terhadap kepuasan konsumen maka pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan mereka baik dalam hal Bukti Langsung (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) dan Empati (Empathy).
2. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kenyamanan ruang tunggu dan lahan parkir merupakan variabel yang paling rendah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan harusnya meningkatkan kenyamanan ruang tunggu dengan memberikan akses wifi agar konsumen merasakan kenyamanan di ruang tunggu dan membuat diskon 10% di hari kerja contohnya pada hari senin, rabu, dan jumat karena mengingat lahan parkir biasanya penuh di hari libur, diharapkan ini bisa mengatasi masalah keterbatasan lahan parkir.