

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang diberikan pemilik UKM Empal Gentong Amarta belum memenuhi harapan pelanggan karena nilai kualitas (Q) yang dihitung ≤ 1 . Pada dimensi *Tangible* nilai kualitas sebesar 0,657958 dimana pada dimensi *Tangible* ini nilai gap terbesar dimiliki oleh atribut 1 yaitu suhu ruangan nyaman sebesar -2,6, dimensi *Reliability* nilai kualitas pelayanan sebesar 0,903459 pada dimensi ini nilai gap terbesar terdapat pada atribut 8 dengan nilai gap -1,17 yaitu pihak resto memberikan perhatian lebih kepada pelanggan ketika tempat duduk penuh, dimensi *Responsiveness* nilai kualitas sebesar 0,838568 dengan nilai gap terbesar terdapat pada atribut 14 yaitu tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan pelanggan sebesar -0,94, dimensi *Assurance* nilai kualitas sebesar 0,653287 pada dimensi ini nilai gap terbesar terdapat pada atribut 16 yaitu tempat parkir aman dengan nilai -2,84, dan dimensi *Empathy* nilai kualitas sebesar 0,91944 pada dimensi ini terdapat nilai gap terbesar yaitu pada atribut 20 yaitu sistem komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen dengan nilai -0,69. Dengan rata-rata kualitas pelayanan pada tiap dimensinya adalah sebesar 0,794542 dengan nilai kualitas pelayanan terbesar pada dimensi *Empathy* dan yang terkecil pada dimensi *Assurance*.
2. Dilihat dari kuadran A diagram kartesius model *Servqual* maka atribut kebutuhan pelanggan yang menjadi prioritas utama dan harus ditingkatkan adalah atribut nomor 16 yaitu tempat parkir aman yang memiliki nilai gap sebesar -2,84, dan atribut 1 yaitu suhu ruangan nyaman dengan besar nilai gap yang dimiliki sebesar

-2,6. Dan solusi yang dapat diberikan untuk atribut nomor 16 adalah dengan meningkatkan standar keamanan di tempat parkir, melakukan pelebaran luas lahan parkir agar tidak perlu menggunakan bahu jalan raya sebagai tempat parkir pengunjung, dan dengan menambah petugas parkir yang berjaga di sekitar lokasi parkir. Sementara solusi yang dapat diberikan untuk atribut nomor 1 yaitu dengan menambahkan kipas angin atau AC (*Air Conditioner*) agar suhu ruangan bisa lebih nyaman dan tidak mengganggu pelanggan jika kepanasan, untuk menyesuaikan suhu ruangan pada temperatur 24-25 °C.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti terkait hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pihak UKM Empal Gentong Amarta sebaiknya perlu mulai memperbaiki beberapa hal mengenai kualitas pelayanan yang selama ini telah diberikan, perbaikan terutama dapat diutamakan pada dimensi yang memiliki nilai kesenjangan (*gap*) yang besar. Dimana dimensi yang memiliki nilai kesenjangan terbesar adalah dimensi *Assurance* sebesar -1,49, pada dimensi *Assurance* nilai *gap* terbesar pada atribut 16 yaitu tempat parkir aman maka saran yang dapat peneliti berikan adalah dengan meningkatkan standar keamanan dengan menambahkan petugas parkir yang berjaga disekitar lokasi parkir dan melakukan pelebaran luas lahan parkir agar tidak perlu menggunakan bahu jalan raya. Saran yang dapat peneliti berikan untuk perbaikan pada atribut-atribut pada dimensi ini antara lain, atribut 18 yaitu kebersihan dan kenyamanan dalam maupun luar ruangan dengan nilai *gap* sebesar -1,51 adalah dengan memperhatikan tingkat kebersihannya melalui penyediaan jasa petugas kebersihan yang bisa rutin mengontrol setiap harinya. Saran untuk atribut 19 yaitu jaminan penggantian makanan jika ditemukan kecacatan dengan nilai *gap* sebesar -0,88 yaitu berupa ketersediaan pihak resto untuk mengganti makanan jika sewaktu-waktu terdapat kecacatan pada pesanan pelanggan. Sementara untuk atribut 17 yaitu kemudahan mendapat pelayanan yang memiliki nilai *gap* -0,73 dapat disiasati dengan

memberikan pelatihan kepada para pegawai resto untuk lebih sigap jika terdapat pelanggan yang akan memesan.

2. Pada kuadran A diagram kartesius model *Servqual* atribut kebutuhan pelanggan yang menjadi prioritas utama dan harus ditingkatkan adalah atribut nomor 16 dan atribut 1. Dimana atribut 16 adalah tempat parkir aman yang memperoleh nilai gap -2,84. Saran yang dapat diberikan adalah dengan menambah petugas parkir yang berjaga disekitar lokasi parkir dan dengan melakukan pelebaran luas lahan parkir agar tidak perlu menggunakan bahu jalan raya sebagai tempat parkir pelanggan. Untuk pelebaran luas lahan parkir dapat diestimasi setiap satu mobil memerlukan luas parkir sebesar $10,35\text{m}^2$ ($10,35\text{m}^2$ diperoleh dari penelitian yang dilakukan pada blog Buya Studio) dan jika dalam sekali waktu terdapat 10 mobil yang parkir maka diperlukan lahan parkir seluas $103,5\text{m}^2$.
3. Pada kuadran A diagram kartesius atribut 1 juga perlu menjadi prioritas utama yang harus ditingkatkan. Saran yang dapat diberikan untuk atribut 1 yaitu suhu ruangan nyaman dengan nilai gap sebesar -2,6. Dengan menyediakan AC (*Air Conditioner*) agar suhu ruangan dapat lebih nyaman dan tidak mengganggu pelanggan jika kepanasan. Maka dengan memperhitungkan kebutuhan AC yang diperlukan untuk membuat suhu ruangan nyaman adalah AC 1 pk sebanyak 2 buah. Penentuan kebutuhan AC sebanyak 2 buah diperoleh melalui perhitungan $p \times l \times 500\text{Btu}$, dimana panjang ruangan 9m dan lebar ruangan 4m. Diperoleh 18000Btu , AC 1 pk memiliki 9000Btu maka yang dibutuhkan untuk memenuhi perhitungan tersebut adalah AC 1 pk sebanyak 2 buah.
4. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan serta kekurangan. Diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Untuk penelitian yang akan datang hendaknya melakukan penelitian di lokasi berbeda, karena dengan lokasi berbeda maka akan ditemukan permasalahan yang berbeda juga yang dapat menjadi bahan perbaikan bagi lokasi penelitian tersebut. Metode ini dapat kembali digunakan namun hendaknya dapat memperhatikan atribut-atribut (pertanyaan) dalam penelitian yang sebaiknya disesuaikan dengan kondisi lokasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhtiar, A., Susanty, A. & Massay, F., 2010. Analisa Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual dan Model Kano.
- Basri, S., 2011. *Metode Analisis Kualitas Pelayanan Parasuraman Zeithaml Berry*. [Online]
Available at: <http://setabasri01.blogspot.co.id/2011/04/service-quality-akronimnya-Servqual.html>
[Diakses 12 April 2016].
- Besterfield, D. H., 1998. *Quality Control*. Singapore: Prentice-Hall, Inc.
- Bogdan & Taylor, 2004. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Eriyanto, 2007. Teknik Sampling Analisis Opini Publik.
- Erni, N., Sriwana, I. K. & Yolanda, W. T., 2014. Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual dan Triz Di PT. XYZ.
- Gronroos, C., 2000. *Service Management and Marketing: A Moment of Truth*. s.l.:s.n.
- Gunarto, M., 2009. *Pengertian Sevqual*. [Online]
Available at: <https://muji-gunarto.wordpress.com/2009/01/02/pengertian-servqual-by-muji-gunarto/>
[Diakses 15 April 2016].
- Hahouten, M., 2012. Pengukuran Kualitas Layanan Dengan Metode Servqual Di CV. Karya Media. Sidoarjo.
- Halim, A. H., Setyanto, N. W. & Yuniarti, R., 2013. Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Dengan Integrasi Service Quality (Servqual) dan Quality Function Deployment (QFD).
- Irawan, 2005. *Asas-Asas Marketing*. Indonesia: Liberty.
- Jiwantara, K., Sutrisno, A. & Neyland, J., 2012. Penerapan Metode Servqual Untuk Evaluasi dan Perbaikan Kualitas Pelayanan pada kegiatan Penyuluhan Bahasa Indonesia Praktis Di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara.

- Kansil & Sutapa, I. N., 2012. Pengukuran Kesengangan (GAP) Kualitas Layanan Perpustakaan UK Petra Dengan Metode Servqual.
- Kolter, P., 1997. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kolter, P. & Amstrong, G., 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kolter, P. & Keller, K. L., 2006. *Marketing Management, pearson Education*. s.l.:s.n.
- Lewis & Booms, 1983. *The Marketing Aspect Of Service Quality: in Emerging Perspectives on Service Marketing*. s.l.:s.n.
- Lovelock, C. & Wright, L. K., 2007. *Manajemen, Pemasaran Jasa*. PT. Indeks: s.n.
- Lupiyoadi, H., 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A., 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardikanto, O., 2013. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Servqual Di Rumah Sakit Condong Catur Yogyakarta.
- Parasuraman, Z. & Berry, 1985. A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research *Journal Marketing*.
- Prastiwi, E. N. & Ayubi, D., 2007. Hubungan Kepuasan Pasien Bayar Dengan Minat Kunjungan Ulang Di Puskesmas Wisma Jaya Kota Bekasi Tahun 2007.
- Purnama, A., 2014. *Pengertian, Karakteristik dan Klasifikasi Jasa*. [Online] Available at: <http://andriapurnama.com/karakteristik-dan-klasifikasi-jasa/> [Diakses 12 April 2016].
- Rahman, A. & Supomo, H., 2012. Analisa Kepuasan Pelanggan Pada Pekerja Reparasi Kapal Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD).
- Rambat, L. & Hamdani, A., 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F., 2003. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rea, L. M. & Parker, R. A., 2005. *Designing and Conducting Survey Research: Comprehensive Guide*. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Rubaman, M., 2012. Mengukur Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pendidikan.
- Sari, D. P. & Harmawan, A., 2012. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Instalasi Rawat Jalan Dengan Metode Servc Quality dan Triz (Study Kasus Di RS Muhammadiyah Roemani).
- Singarimbun, 1989. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

- Siregar, S., 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siswoyo, D., 2007. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Dalam: Bandung: Alfabeta, p. 74.
- Sugiyono, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D., 2012. *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Supranto, J., 1992. *Statistik: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F., 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F., 2006. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., 2009. *Service Marketing Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Wijaya, T., 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Winarso, K., 2010. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Susu Bayi Menggunakan Service Quality dan Path Analysis*.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L. L., 1990. *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.