

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan analisis *Fishbein* dapat disimpulkan bahwa :

- a. Sikap konsumen terhadap atribut yang diberikan Salon Ocha adalah netral.
- b. Atribut-atribut yang memberikan nilai positif, netral dan negatif.

Atribut yang memberikan nilai positif adalah: Kenyamanan suasana, Tata ruang/dekorasi, Lokasi yang strategis, Peralatan salon yang sesuai dengan standart, Pelayanan konsultasi.

Atribut yang memberikan nilai netral adalah: Keramahan dalam pelayanan, Pelayanan kebutuhan konsumen, Pelayanan yang berkualitas, Pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen, Kebersihan toilet/rest room, Harga yang murah, Potongan harga yang bervariasi, Informasi pelayanan, Kecepatan pelayanan, Kebersihan salon.

Atribut yang memberikan nilai negatif adalah: Ragam variasi hiburan, Penggunaan seragam pramuniaga

2. Berdasarkan pengujian hipotesis disimpulkan bahwa :
 1. Berdasarkan usia tidak terdapat perbedaan sikap terhadap atribut pelayanan Salon Ocha.
 2. Berdasarkan tingkat pendidikan ada perbedaan sikap pada atribut penggunaan seragam pramuniaga.
 3. Berdasarkan tingkat pendapatan tidak ada perbedaan sikap terhadap atribut pelayanan Salon Ocha.



5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penulis memberikan saran sebagai berikut :

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan hasil penelitian diatas, dapat disampaikan suatu pandangan terhadap segala upaya yang berkaitan dengan pihak jasa salon Ocha, dengan tidak mengecilkan arti upaya tersebut, pihak salon Ocha dapat menerima kenyataan bahwa upaya tersebut masih terdapat beberapa atribut yang disikapi negatif oleh konsumen.

Adapun atribut tersebut adalah atribut ragam variasi/hiburan, oleh karena itu disarankan untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan terhadap upaya yang telah dilakukan selama ini terutama pada atribut ragam variasi/hiburan.

Pada atribut penggunaan seragam niaga disarankan agar lebih mempunyai ragam dan lebih sopan lagi dan mempunyai variasi seragam yang lebih menarik agar para konsumen merasa senang melihatnya dan para konsumen langsung mengetahui siapa-siapa saja yang menjadi capsternya.

Pada atribut kebersihan salon diharapkan lebih baik lagi, karena kebersihan salon sangat berdampak pada kenyamanan pelanggan. Karena penilaian tertinggi yang diberikan konsumen terhadap atribut adalah kenyamanan salon, jadi jika ruangan salon sangat nyaman tetapi tidak kurang bersih pasti akan berdampak yang kurang baik bagi pihak salon Ocha dikemudian hari.

Dan agar pihak salon Ocha menyikapi perbedaan harga/potongan yang variatif, karena pelanggan akan merasa lebih sangat puas jika mendapatkan

potongan harga yang sesuai, dan tentunya akan berdampak positif bagi pihak salon.

Adapun atribut-atribut yang dianggap netral oleh konsumen hendaknya dipertahankan oleh pihak salon Ocha, yaitu terdapat atribut-atribut: kenyamanan suasana yang mempunyai skor indeks tertinggi dan diikuti oleh tata ruang/dekorasi, lokasi yang strategis, peralatan salon, pelayanan konsultasi, keramahan dalam pelayanan, pelayanan kebutuhan konsumen, pelayanan yang berkualitas, pelayanan yang sesuai dengan konsumen, kebersihan salon disarankan agar setiap harinya dapat dibersihkan.

Dan disarankan bagi pihak salon Ocha untuk selalu menanamkan sikap “kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan suatu usaha”, karena tujuan utama dari berdirinya suatu usaha adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya, dan yang dapat memberikan keuntungan tersebut adalah konsumen/pelanggan tersebut.

