

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* mendapatkan penilaian rendah dengan nilai rata-rata sebesar 2,44. Penilaian masing-masing dimensi kualitas pelayanan Yu Yuan Tang Family Spa & Reflexology adalah sebagai berikut :
  - a. *Reliability* mendapat penilaian sedang yaitu sebesar 2,66 yang berarti konsumen menilai tempat pijat Yu Yuan Tang belum mampu memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan yang sudah dijanjikan kepada konsumen.
  - b. *Responsiveness* mendapat penilaian rendah yaitu sebesar 2,27 yang berarti konsumen menilai tempat pijat Yu Yuan Tang belum mampu memberikan pelayanan yang sigap dan cepat sesuai dengan SOP .
  - c. *Assurance* mendapat penilaian rendah yaitu sebesar 2,52 yang berarti konsumen menilai tempat pijat Yu Yuan Tang belum mampu meyakinkan konsumen mengenai kualitas pelayanan tempat pijat tersebut yang berkualitas.
  - d. *Emphaty* mendapat penilaian rendah yaitu sebesar 2,59 yang berarti konsumen menilai tempat pijat Yu Yuan Tang belum mampu memberikan perhatian sesuai kebutuhan dan harapan konsumen.
  - e. *Tangibles* mendapat penilaian rendah yaitu sebesar 2,18 yang berarti konsumen menilai tempat pijat Yu Yuan Tang belum memiliki lingkungan fisik, situasi, maupun kondisi yang menunjang pemberian kualitas pelayanan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen .

2. Loyalitas konsumen Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* mendapatkan penilaian rendah dengan nilai rata-rata sebesar 2,46, dengan rincian sebagai berikut:
  - a. Saya akan melakukan kunjungan ulang pada tempat pijat Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* mendapat penilaian rendah sebesar 2,60 yang berarti konsumen tidak memiliki niat atau kesediaan untuk kembali mengunjungi tempat pijat Yu Yuan Tang.
  - b. Adanya sedikit kenaikan harga tidak membuat saya beralih ke tempat pijat yang lain mendapat penilaian sedang sebesar 2,74 yang berarti menurut konsumen tempat pijat Yu Yuan Tang memiliki *customer value* yang kecil sehingga konsumen mudah tertarik untuk pindah ke tempat pijat lain walaupun ada perbedaan harga sedikit dibandingkan dengan tempat pijat lain .
  - c. Meskipun tempat pijat yang lain memberikan penawaran menarik yang sejenis, saya tidak akan beralih ke tempat pijat yang lain mendapat penilaian rendah sebesar 2,41 yang berarti konsumen menilai tempat pijat Yu Yuan Tang memiliki benefit dan *customer value* yang kecil sehingga mudah tertarik pindah ke tempat pijat lain karena ada penawaran menarik.
  - d. Saya bersedia memberikan saran yang membangun untuk Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* mendapat penilaian rendah sebesar 2,55 yang berarti konsumen sudah tidak menaruh perhatian lagi terhadap tempat pijat Yu Yuan Tang.
  - e. Saya bersedia merekomendasikan Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* pada orang lain mendapat penilaian rendah sebesar 2,02 yang berarti konsumen sudah tidak memiliki perhatian dan tidak memiliki harapan terhadap tempat pijat Yu Yuan Tang.
3. Kualitas pelayanan Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
  - a. Dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* adalah *reliability*, *assurance* dan *emphaty*. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* di Jalan Sukajadi

No.165 Bandung perlu memerhatikan *people* atau berkaitan dengan kualitas SDM dalam kualitas pelayanannya yang akan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

- b. Dimensi *responsiveness* dan *tangibles* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology*.

Hal ini menunjukkan bahwa ketiga dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *assurance* dan *emphaty* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 44,9% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain dimensi kualitas pelayanan seperti promo menarik (diskon), waktu liburan saat orang-orang memilih hiburan melalui refleksi badan di tempat pijat, dan lain sebagainya .

## 5.2. Saran

Berdasarkan analisis dan hasil yang yang diperoleh, penulis mencoba memberikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Dimensi kualitas pelayanan *reliability*, *assurance* dan *emphaty* terbukti signifikan dalam mempengaruhi loyalitas konsumen Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology*. Oleh karena itu, penulis menyarankan untuk meningkatkan indikator pelayanan pada dimensi-dimensi tersebut:

- a. *Reliability*

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mendapatkan hasil penilaian paling rendah di antara pernyataan indikator *reliability* lainnya yaitu ahli terapis memiliki kompetensi untuk memberikan pelayanan pijat sesuai dengan yang sudah dijanjikan kepada konsumen.. Oleh karena itu, ahli terapis Yu Yuan Tang disarankan untuk kembali fokus pada pemberian pelatihan yang ketat kepada semua ahli terapis untuk meningkatkan kompetensi agar dapat memenuhi harapan konsumen dalam menerima pelayanan pijat sesuai dengan yang sudah dijanjikan.

Yu Yuan Tang di Jalan Sukajadi No.165 Bandung disarankan juga untuk berusaha mendatangkan kembali ahli terapis Sensei langsung dari China sehingga bisa meningkatkan kualitas pelayanan dan

juga pengajaran yang tepat sehingga membantu mengembalikan pijatan khas Yu Yuan Tang bagi konsumen.

Selain itu ahli terapis Yu Yuan Tang disarankan juga untuk meningkatkan disiplin waktu sehingga dapat menepati waktu sesuai dengan paket pijat yang telah dijanjikan kepada konsumen. Dengan demikian, penulis mengharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang secara langsung akan memengaruhi loyalitas konsumen terhadap Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology*.

b. *Assurance*

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mendapatkan hasil penilaian paling rendah di antara pernyataan indikator *assurance* lainnya yaitu saat saya masuk ke ruangan private room Yu Yuan Tang, saya merasa aman dan tenang untuk memejamkan mata. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar Yu Yuan Tang dapat meningkatkan rasa aman dan tenang bagi konsumen melalui perbaikan pencahayaan ruangan private room yang tepat sesuai kebutuhan konsumen, membangun rasa percaya konsumen dengan menjaga keamanan dalam ruangan. Hal ini bertujuan untuk membangun *experience* yang positif di pikiran konsumen.

Selain itu, ahli terapis Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* juga perlu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam menjelaskan kegunaan produk ketika konsumen bertanya atau membutuhkan penjelasan tersebut.

Dengan demikian, Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* mampu meyakinkan konsumen bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan SOP dan berkualitas tinggi sehingga bisa meyakinkan konsumen juga untuk kembali datang menerima pelayanan pijat yang dalam hal ini berkaitan dengan peningkatan loyalitas konsumen.

c. *Emphaty*

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis menyarankan Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* perlu menegaskan kembali keseriusan pegawainya dalam memberikan pelayanan baik ahli terapis, *front office*, dan karyawan lainnya. Setiap karyawan harus selalu dingatkan

untuk melayani dengan sepenuh hati, melayani dengan ramah, memberikan layanan pijat dengan lembut, tidak terburu-buru, dan harus lebih memperhatikan kenyamanan dan kebutuhan konsumennya.

2. Untuk dimensi yang tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen seperti *responsiveness* dan *tangibles* sebaiknya juga harus diperbaiki karena dalam persaingan suatu usaha dituntut untuk sempurna atau selalu berkembang dalam segala dimensi. Berikut adalah saran yang penulis ajukan untuk membantu meningkatkan loyalitas konsumen seperti:

- a. *Responsiveness*

Penulis menyarankan agar Yu Yuan Tang melakukan seleksi dan pelatihan mengenai pentingnya melayani konsumen dalam respon yang cepat dan sigap seperti sebelum tempat pijat di buka, para pegawai dihimbau untuk memastikan terlebih dahulu bahwa semua alat sudah siap sedia sehingga pada saat konsumen datang tidak perlu menghabiskan waktu untuk menerima pelayanan pijat.

Selain itu, ahli terapis menanggapi keluhan konsumen dengan cepat dan cekatan sehingga kualitas pelayanan bisa memuaskan konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* di Jalan Sukajadi No.165 Bandung.

- b. *Tangibles*

Penulis menyarankan agar Yu Yuan Tang *Family Spa & Reflexology* di Jalan Sukajadi No.165 Bandung memperkuat lingkungan fisik, situasi dan kondisi dari bangunan tampak luar maupun dalam karena tentu yang akan menarik perhatian konsumen untuk pertama kali adalah design bangunan luar dan dalam yang akan membentuk *positioning* di benak konsumen.

Yu Yuan Tang di Jalan Sukajadi No.165 Bandung disarankan untuk memperkuat branding nya, salah satu caranya melalui pemasangan billboard yang jelas dan menarik perhatian bagi orang yang melalui jalan Sukajadi.

Dalam era persaingan yang semakin ketat ini, perusahaan perlu mengusahakan agar selalu unggul dan dapat memuaskan konsumen.

Hal itu bisa diwujudkan melalui penataan kondisi ruangan pijat yang tenang, rileks, nyaman, bersih dan lengkap.

3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain yang bisa mempengaruhi loyalitas konsumen, atau meneliti dimensi kualitas pelayanan pada usaha online.