

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan diperoleh berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, diberikan juga saran untuk Urban Laundry dan juga penelitian selanjutnya.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan yang menjadi jawaban dari rumusan masalah dan tujuan penelitian. Berikut ini merupakan beberapa kesimpulan yang dapat dihasilkan:

1. Terdapat 29 atribut yang sesuai untuk mengetahui permasalahan kepuasan pelanggan di Urban Laundry, yang secara garis besar mencakup fasilitas yang diberikan, harga *laundry*, kondisi tempat dan peralatan *laundry*, kemampuan kerja karyawan, perilaku dan penampilan karyawan, prosedur kerja, keamanan hasil cucian, dan kondisi hasil cucian yang diberikan.
2. Rata-rata tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Urban Laundry saat ini (ACS) adalah sebesar 1,019 dari skala 3 (sangat puas).
3. Terdapat sepuluh buah atribut yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kesepuluh atribut tersebut adalah kebersihan hasil cucian/bebas noda (A5), keamanan hasil cucian dari kerusakan/kelunturan (A6), keutuhan jumlah cucian dari kemungkinan hilang/tertukar (A7), keharuman hasil cucian (A8), Kecepatan pekerja dalam memberikan pelayanan (A17), ketersediaan informasi terkait status cucian dan waktu selesai pengerjaan cucian (A19), ketepatan waktu penyelesaian cucian (A20), dan ketepatan waktu pengiriman atau penjemputan *laundry* (A21), ketersediaan variasi pewangi yang ditawarkan (A27) dan promosi yang diberikan oleh pihak *laundry* (A29).
4. Terdapat 35 buah usulan perbaikan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Urban Laundry yang mencakup

penambahan jumlah pekerja, peningkatan *softskill* pekerja, pembuatan prosedur/aturan tambahan bagi karyawan dan pelanggan, perubahan metode kerja, pemberian alat bantu untuk mempermudah atau meningkatkan tugas pekerja, pembelian mesin yang belum dimiliki dan memanfaatkan alat yang dimiliki, melakukan perawatan mesin, perancangan nota pemesanan, dan melakukan *survey* untuk mengetahui keinginan pelanggan.

5. Berdasarkan hasil pengukuran keefektifan usulan solusi yang diberikan, estimasi tingkat keefektifan usulan untuk atribut A5 adalah sebesar 5,90, atribut A6 sebesar 6,02, atribut A7 sebesar 6,39, atribut A8 sebesar 6,00, atribut A17 sebesar 6,07, atribut A19 sebesar 6,60, atribut A20 sebesar 6,28, atribut A21 sebesar 6,30, atribut A27 sebesar 6,43, dan atribut A29 sebesar 6,31. Hal ini menandakan bahwa setiap usulan yang diberikan dianggap efektif dan memberikan dampak positif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

## **V.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan pada Urban Laundry dan penelitian selanjutnya adalah:

1. Mencatat frekuensi keluhan pelanggan terkait suatu atribut guna mengetahui permasalahan yang paling sering terjadi
2. Melakukan observasi dan evaluasi untuk mengidentifikasi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan
3. Menerapkan usulan perbaikan yang telah diberikan kepada pemilik Urban Laundry guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Melakukan observasi dan evaluasi kembali setelah menerapkan usulan perbaikan yang telah diberikan

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2019, Februari 11). *Jumlah Penduduk dan Jenis Kelamin Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat*. Diunduh dari [www.jabar.bps.go.id](http://www.jabar.bps.go.id).
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2013). *Business Research Methods* (12 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Fadillah, H., Hadining, A. F., & Sari, R. P. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 15. No.1.
- Flanagan, J.C. (1954). The Critical Incident Technique. *Psychological Bulletin*. 51(4). 327-358.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing*, England: Jhon Wiley and Sons Ltd
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. New York: Pearson.
- Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. (2011). *Service Marketing*. USA: ISBN.
- Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (2018, Desember). *Statistik Pendidikan Tinggi 2018*. Diunduh dari [www.pddikti.ristekdikti.go.id](http://www.pddikti.ristekdikti.go.id).
- Khaliq, R. (2018). Importance Performance Analysis Dalam Kasus Kepuasan Konsumen Usaha Laundry. *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17. No.34.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (1997). *Dasar- Dasar Pemasaran*, Edisi V, jilid 2, Intermedia, Jakarta
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management Millenium Edition*. USA: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (14 ed.). USA: Prentice-Hall.
- Liung, H., & Syah, T. Y. R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga. Diunduh dari <https://media.neliti.com/media/publications/78568-ID-pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-kepua.pdf>

- Praptiwi, N. R. (2016). Analisis Kualitas Jasa dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Usaha Jasa Laundry Super Kinclonk Di Depok. *Jurnal Kompleksitas*, Vol. 4. No.7.
- Samosir BSL. (2014). Pelaksanaan kewajiban pengelolaan limbah oleh pengelola usaha laundry dalam pengendalian pencemaran lingkungan di kota yogyakarta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (4 ed.). USA: Prentice-Hall.
- Singarimbun, M. (1985). *Metode Penelitian Survei*. Indonesia: LP3ES.
- Suherti. (2016). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Laundry Kiloan Di Dramaga Bogor. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Tontini, G., & Pico, J. D. (2010). Improvement Gap Analysis. *Managing Service Quality*, Vol. 20 Iss: 6pp. 565-584.
- Tontini, G., & Silveira A. (2007), *Identification of Satisfaction Attributes Using Competitive Analysis of The Improvement Gap. International Journal of Operation & Production Management*, Vol. 27 Iss: 5. 482-500.
- Wardhani, S. E., Iriani., & Handoyo. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Cuci Dengan Metode Servqual, Zone of Tolerance, dan Important Performance Analysis di Vicha Laundry Surabaya. *Journal of Industrial Engineering and Management*, Vol. 24. No.02. e-ISSN: 2656-6109. Diunduh dari <http://tekmapro.upnjatim.ac.id/index.php/tekmapro>
- Zeithaml, V.A., & Bitner, M.J. (2003). *service Marketing*. Tata McGraw-Hill.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., dan Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York, USA: The Free Press.