

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan, pengolahan, dan analisa data yang dilakukan oleh penulis mengenai *service quality* di salon Lettisia, diperoleh beberapa poin yang penting untuk menjawab identifikasi masalah yang telah ditentukan di yaitu:

1. Kesenjangan antara harapan dan kenyataan konsumen terhadap pelayanan di salon Lettisia yang terbesar terdapat pada dimensi *empathy* tepatnya terdapat pada indikator karyawan tidak mengajak ngobrol konsumen saat melakukan pelayanan, karyawan kurang ramah dan tidak mengingat nama konsumen dengan baik. Padahal konsumen berharap di salon, karyawan dapat mengajak ngobrol dan mengingat namanya agar merasa terhormat. Kesenjangan ini mengindikasikan bahwa karyawan kurang memperhatikan konsumen. Diperoleh rata-rata kesenjangan dari setiap dimensi masih negatif yang berarti bahwa kualitas jasa perawatan di salon Lettisia masih belum sesuai dengan harapan konsumen.
2. Penyebab adanya perbedaan antara harapan dan kenyataan terhadap kualitas jasa di salon Lettisia adalah terjadinya gap mengenai standar pelayanan dan penyampaian pelayanan serta kesenjangan dalam ekspektasi konsumen dan realita yang dialami konsumen diklasifikasikan ke dalam lima dimensi

SERVQUAL. Penyebab utama perbedaan kesenjangan dalam dimensi *empathy* adalah masalah sifat bawaan atau emosi dari karyawan yang mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan, dan sifat konsumen yang cenderung berbeda-beda dapat menyebabkan perbedaan penilaian pelayanan. Pada dimensi *assurance* dan *responsiveness*, penyebab utama kesenjangan terjadi adalah kurangnya pelatihan pada karyawan dan kurang kontrol dari pemilik. Pada dimensi *reliability*, kesenjangan terjadi karena kurang konsistensi dan tidak ada standar yang ditentukan. Pada dimensi *tangible*, kesenjangan terjadi karena fasilitas salon tidak memadai dan penampilan karyawan kurang rapi.

3. Faktor *service quality* yang dinilai penting oleh konsumen adalah produk pelayanan seperti variasi perawatan yang ditawarkan, produk kecantikan pendukung yang tersedia, produktivitas alat dan karyawan yang tersedia di salon; faktor SDM (sumber daya manusia) yang bekerja di salon, serta faktor harga.

6.2 Saran

Kunci untuk memahami kebutuhan konsumen adalah dengan melakukan riset secara terus menerus dengan mengumpulkan pengalaman yang diterima oleh konsumen selama melakukan perawatan di salon Lettisia serta menampung saran dan kritik dari konsumen. Penulis memberikan saran kepada salon Lettisia untuk melakukan hal berikut:

1. Pengawasan sistem kontrol dari pimpinan atas kepada karyawan secara langsung dan individual untuk menilai kinerja karyawan dengan lebih detail (*first line control*). Pemilik salon dapat melihat hasil kerja karyawan dengan keliling langsung selama proses pelayanan berlangsung. Penilaian kinerja karyawan setiap bulan dapat dilakukan oleh pemilik salon, serta memberikan *reward* atau insentif bagi karyawan yang bekerja dengan baik sesuai keinginan konsumen.
2. Mengantisipasi emosi dari konsumen di saat waktu antri yang lama dengan menambahkan beberapa hiburan di salon seperti *games*, televisi, atau musik. Pelayanan tambahan yang menarik ini juga bisa menjadi alasan agar konsumen merasa harga perawatan di salon tergolong wajar dan berharga sesuai dengan yang tercantum di *list* harga. Dengan begitu, keluhan konsumen mengenai harga mahal bisa dikurangi.
3. Meningkatkan semangat kerja karyawan misalnya dengan mengadakan *training*, makan-makan bersama dan aktivitas *outdoor* sehingga karyawan akan tetap senang dalam bekerja. Bila karyawan merasa senang, maka akan muncul tanggung-jawab dalam dirinya untuk berbuat sebaik-baiknya untuk perusahaan.
4. Membuat formulir list keluhan dan kritik konsumen dan melakukan *cross check* terhadap hal yang perlu perbaikan dan menambahkan peran manajer operasi.
5. Memberi tahu konsumen apabila tidak ingin mengantri, sebaiknya melakukan reservasi melalui telepon minimal sehari sebelum perawatan di salon.

6. Melakukan penyuluhan atau kelas mengenai tingkah perilaku, cara membina komunikasi yang baik, cara bekerja secara professional dengan mengesampingkan emosi sehingga karyawan akan lebih ramah dan sopan terhadap konsumen. Kelas untuk pengetahuan yang berhubungan dengan perawatan di salon dan cara penggunaan alat-alat di salon juga diperlukan untuk membantu karyawan dalam memahami serta mengerjakan pekerjaannya dengan baik.
7. Membuat standar mengenai aturan yang harus ditaati oleh karyawan, standar waktu yang ditentukan dalam menyelesaikan perawatan, standar operasional prosedur salon yang berfungsi agar operasional salon berjalan secara efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sutanto. 2011. Pengukuran Kualitas Jasa Bengkel Sepeda Motor SM di Kota Padang dengan Metode SERVQUAL. *Jurnal Optimasi Sistem Industri (X) Vol.10 No.2*, 154-159. Padang: Universitas Andalas.
- Bartlett, J.E., Kotrlik, J.W., & Higgins, C.C. 2001. Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal Vol.19 No.1*, 48. Organizational Systems Research Association.
- Brown, Stephen. W, Evert Gummesson, Bo Edvardsson, & Bengtöve Gustavsson. 1991. *Service Quality: Multidisciplinary and Multinational Perspectives*. New York: Lexington Books.
- Fandi Tjiptono. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Ghobadian, A., Speller, S., & Jones, M. 1994. Service Quality Concepts and Models. *International Journal of Quality & Reliability Management Vol.11 No.9*, 43-66. Emerald Group Publishing Limited.
- Greenfield, H., & Southgate, D.A.T. 2003. *Food Composition Data Production, Management, and Use*. Rome: FAO Publishing Management Service.
- Guilford, J. P., & Fruchter, B. 1956. *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. New York: Mc. Graw-Hill Book Company, Inc.
- Heizer, J., & Render, B. 2011. *Operation Management*. 10th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Heizer, J., & Render, B. 2009. *Manajemen Operasi*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Izogo, E. E., & Ogba, I. E. 2015. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Automobile Repair Services. *International Journal of Quality & Reliability Management Vol.32 No.3*, 250-269. Emerald Group Publishing Limited.

- Melissa Tanuwijaya & Mohamad Yusak Anshori. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy. *Jurnal NeO-Bis Vol. 7 No.1*, 1-16. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Reeuwijk, L. V. 1998. Guideline for quality management in soil and plant laboratories. *FAO CORPORATE DOCUMENT REPOSITORY*. Rome: Natural Resources Management and Environment Department.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2013. *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.