

BAB VI.

Kesimpulan dan Saran

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dimulai dari penyusunan instrument pengukuran, pengolahan data, dan analisa data, maka hasil penelitian disimpulkan menjawab identifikasi masalah, yaitu:

Dilihat dari kelima dimensi kualitas jasa, terdapat gap yang diurutkan dari nilai kesenjangan tertinggi sebagai berikut: dimensi reliability dengan gap -1.00, tangibility dengan gap -0.67, assurance dengan gap -0.61, responsiveness dengan gap -0.54, dan empathy dengan nilai gap positif sebesar 0.01 mengindikasikan dalam dimensi ini konsumen sudah puas karena nilai realita lebih besar dari nilai harapan. Secara keseluruhan, rata-rata gap dari kelima dimensi ini adalah -0.5267, yang mengindikasikan adanya gap yang tidak terlalu signifikan pada umumnya.

Dilihat dari peta tujuh gap kualitas layanan, hasil penelitian menemukan adanya gap ketiga (delivery gap) yaitu perbedaan antara standar operasional yang ditetapkan oleh perusahaan, dengan penyampaian actual, gap keempat (communication gap) yaitu kesenjangan yang terjadi antara layanan yang dijanjikan perusahaan didalam iklan dengan eksekusi actual yang didapatkan konsumen, dan gap ketujuh (service gap) yaitu ketika pengalaman dalam menjadi konsumen sebuah bisnis jasa, tidak sesuai dengan persepsi dan intepretasi

sebelumnya akan layanan jasa tersebut. Hasil analisa ini digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat dilihat pada poin selanjutnya.

6.2 Saran

Dari hasil analisa gap yang terjadi, penulis memberikan beberapa saran praktis yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan jasa *personal trainer*, antara lain:

1. Membuat checklist SOP yang harus diisi oleh *personal trainer* setiap pekerjaan yang telah dilakukan, mulai dari misalkan melakukan service call, melakukan tap fingerprint member segera saat latihan akan dilakukan dan selesai sesi latihan, menjelaskan program latihan yang akan dijalani, dan ketika program latihan telah dilakukan sesuai dengan desain program latihan hari tersebut.
2. Mendapatkan feedback dari konsumen di akhir sesi paket latihan yang dijalani dengan memberikan angket kuesioner yang dapat diisi oleh member yang indikator pertanyaannya disesuaikan dengan penilaian yang akan dilakukan, dan juga dapat meminta feedback pada setiap akhir program latihan dalam satu hari dengan cara menanyakan langsung kepada konsumen apabila ada kritik dan saran yang dapat menjadi masukan untuk *personal trainer*.
3. Memberikan reward kepada *personal trainer* yang dapat dilakukan dengan merancang sistem bonus, yang penilaiannya didasari dari feedback positif

konsumen, agar setiap *personal trainer* termotivasi untuk melayani member dengan baik.

4. Pembuatan sistem pengganti *service call* bagi konsumen dengan reminder otomatis (misalkan melalui sms otomatis yang dikirim dari komputer), tujuannya untuk mengurangi tingkat *human error* semisal *personal trainer* yang lupa mengingatkan jadwal latihan kepada member.
5. Memaksimalkan space yang ada di klub untuk investasi kedalam penambahan peralatan latihan untuk mengurangi antrian dan waktu tunggu member ketika *rush hour* dengan peralatan-peralatan baru.
6. Memaksimalkan space yang ada di area locker untuk penambahan fasilitas seperti *shower room*, penambahan *hairdryer* dan lain sebagainya untuk mengurangi antrian sehingga kenyamanan *member* dapat lebih ditingkatkan.
7. Mengadakan rangkaian promosi dan program kelas *happy hour* untuk mendistribusikan jam sibuk agar kepadatan pengunjung dapat tersebar dan tidak terfokus di satu waktu tertentu saja.

Daftar Pustaka

- Carlzon, J. (1987). *Moments of Truth*. New York: Ballinger Publishing.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2004). *Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology*. New York: McGraw Hill.
- Heizer, J., & Rende,.(2008). New Jersey: Pearson.
- Juran, J. M., & Gryna, F. M. (1993). *Quality Planning and Analysis From Product Development Through Use*. Singapore: McGraw Hill.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2002). *Principles of Service Marketing and Management*. New Jersey: Pearson
- Santoso, H. (2006, Januari). Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Jasa Melalui Pendekatan Integrasi Metoda Servqual-Six Sigma Atau Servqual-QFD. *Universitas Diponegoro, 01*, p. 85-92
- Syukri, S., H., A. (2014, November). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Gap pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*, p.103-111.
- Wawolumaja, R., Agneslia, E. (2004, Desember). Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan Teknik Universitas Kristen Maranatha dengan Metoda Servqual. *Jurnal Teknik dan Manajemen Industri, Universitas Kristen Maranatha, 04*,p. 161-177

Yuniar, S., Arijanto, S., & Liansari, G. P.(2014, Oktober).Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran menggunakan Metode Service Quality (Servqual) di PT X. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 02, p. 98-109