

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dengan menggunakan metode SERVQUAL, digunakan lima indikator karakteristik oleh perusahaan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan perusahaan yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan tenant yang ada di Asia Plaza merasa bahwa kegiatan pemeliharaan bangunan merupakan kegiatan yang penting. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata nilai tingkat kepentingan sebesar 4,366 dari nilai maksimal sebesar 5. Angka tersebut diperoleh dari 5 indikator karakteristik penilaian tingkat layanan, yaitu *Tangibles* sebesar 4,314, *Reliability* sebesar 4,322, *Responsiveness* sebesar 4,406, *Assurance* sebesar 4,404, dan *Empathy* sebesar 4,386.
2. Berdasarkan analisis data responden tenant yang berada di Asia Plaza terhadap tingkat kinerja, didapat bahwa tenant merasa cukup puas dengan tingkat layanan kegiatan pemeliharaan yang diberikan oleh perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata nilai tingkat kinerja sebesar 3,533 dari nilai maksimal sebesar 5. Angka tersebut diperoleh dari 5 indikator karakteristik penilaian tingkat layanan, yaitu *Tangibles* sebesar 3,533, *Reliability* sebesar 3,461, *Responsiveness* sebesar 3,486, *Assurance* sebesar 3,62, dan *Empathy* sebesar 3,564.
3. Dengan metode SERVQUAL dapat diperoleh bahwa terdapat nilai kesenjangan atau gap yang ada dari nilai kepentingan dan nilai kinerja. Selisih atau gap antara tingkat kepentingan dan nilai harapan semuanya bernilai positif, yaitu *Tangibles* sebesar 0,781, *Reliability* sebesar 0,861, *Responsiveness* sebesar 0,92, *Assurance* sebesar 0,784, dan *Empathy* sebesar 0,822.

4. Berdasarkan hasil analisis gap, diketahui variabel yang mempunyai nilai kesenjangan paling tinggi dan perlu dilakukan peningkatan pelayanan adalah pada: Teknisi perusahaan memberitahu tenant mengenai kapan pastinya kapan pastinya suatu pekerjaan akan dilaksanakan (1,143), Perusahaan memberikan perhatian individual kepada para tenant (1,114), Keterampilan teknisi dalam mengkoordinasi pekerjaan (1,085), Perusahaan mempunyai teknisi yang cukup untuk perbaikan dan pemeliharaan bangunan (1,085).

Dapat disimpulkan bahwa nilai kepentingan kualitas layanan kegiatan pemeliharaan selalu mempunyai nilai yang lebih tinggi dari nilai kinerja. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya ekspektasi dari para tenant atau adanya kesalahpahaman dari perusahaan dan teknisi dalam mengatasi permasalahan bangunan yang ada. Berdasarkan hasil penelitian dapat dibuktikan bahwa metode SERVQUAL dapat diaplikasikan untuk menganalisa kualitas pelayanan khususnya dalam pelayanan kegiatan pemeliharaan yang dilakukan di Asia Plaza.

5.2. Saran

Berdasarkan seluruh pembahasan dan kesimpulan diatas, maka dianjurkan saran-saran sebagai berikut:

1. Diperlukan untuk meningkatkan keakuratan teori dan data serta menjadikan penelitian sebelumnya sebagai evaluasi sehingga mampu memperbaiki proses yang kurang benar pada penelitian sebelumnya sebagai modal penelitian di masa yang akan datang
2. Diharapkan penelitian selanjutnya agar dapat meneliti dengan lebih lengkap dengan cara menambahkan atau mengganti variabel yang sudah diteliti dengan variabel berikut: *Competence, Access, Credibility, Communication, Understanding and Security*, agar memperoleh hasil yang lebih maksimal dan berpengaruh terhadap penentuan strategi yang akan dilakukan.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya agar menambah jumlah responden lebih dari jumlah responden pada penelitian sebelumnya untuk meningkatkan signifikansi data yang diperoleh.

4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggabungkan penggunaan metode SERVQUAL dengan metode lainnya seperti Model Kano agar dapat memperoleh hasil pengukuran kualitas layanan yang lebih spesifik

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony W. Y. Lai and Peggy S. M. Pang. (2010). "Measuring Performance for Building Maintenance Providers", *Journal of construction Engineering and Management*, Vol. 136, No. 8, pp. 864-875.
- Arikunto, S. (1998). *Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Athanassopoulos, A., Gounaris, S., & Stathakopoulos, V. (2001). "Behavioural responses to customer satisfaction: an empirical study. *European Journal of Marketing*, 687-707.
- Beddington, N. (1982). *Design for Shopping Centres*. Butterworth Scientific.
- Beyard, M. D., & O'Mara, W. P. (1999). *Shopping Center Development Handbook*. Urban Land Institute.
- Budiman, B. (2014, Februari 16). *Okezone Lifestyle*. Retrieved from <http://lifestyle.okezone.com/read/2014/04/14/407/970271/pariwisata-sembang-pendapatan-tertinggi-kota-santri>.
- Engel, J. F., & al., e. (1990). *Customer Behaviour*. Dryden Press.
- Flaherty, J. (1999). *Coaching: Evoking Excellence in Others*. New York: Butterworth-Heinemann.
- Gremler, D.D, Bitner, M.J., Zeithaml, V.A., Wilson, A., (2012), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 6th Ed., McGraw-Hill.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1996). *Principles of Marketing, The European Edition*. Prentice-Hall.
- Nyer, P. U. (2000). An investigation into whether complaining can cause increased consumer satisfaction. *Journal of Consumer Marketing*, 9-19.
- Rangkuti, F. (2003). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml and Leonard L. Berry. (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research." *Journal of Marketing*, Vol 49, No. 4, pp. 41-50.
- Samson, D., and Parker, R. (1994). "Service Quality: The gap in the Australian consulting engineering industry." *Asia Pacific Journal of Quality Management*, 3(1), pp. 43-59.

- Schnaars, S. P. (1991). *Marketing Strategy*. New York: Free Press.
- Supriyatna, Y. (2011). Estimasi Biaya Pemeliharaan Bangunan Gedung. *Majalah Ilmiah UNIKOM Volume 9 No. 2*, 200-202.
- Tax, S. S., & Stephen W. Brown, C. M. (1998). Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 60-76.
- Tjiptono, F. (2004). *Marketing Scales*. Yogyakarta: Andi.
- Triayu, M. (2014). *Studi Tentang Pemeliharaan Bangunan Kampus II Gedung*. Yogyakarta: Thomas Aquinas Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Model of Consumer Satisfaction Formation: An Extension. *Journal of Marketing Research*, Vol XXV, 204-212.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Akuntansi Terapan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wilkie, W. L. (1990). *Consumer Behaviour, 2nd edition*. New York: John Wiley & Sons.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Service Marketing*. New York: McGraw Hill.