

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

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

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan yang menjadi jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut.

1. Atribut-atribut layanan yang terdapat di Mitra Travel berjumlah 20 atribut dapat dilihat sebagai berikut.
 - a. Kebersihan interior kendaraan
 - b. Kesesuaian tempat duduk dengan reservasi yang dilakukan penumpang
 - c. Informasi penjemputan
 - d. Kemampuan mengemudi sopir
 - e. Fasilitas dalam travel berfungsi (AC)
 - f. Kemauan sopir dalam menolong penumpang
 - g. Kenyamanan fasilitas dalam travel
 - h. Keamanan barang dalam bagasi
 - i. Kemampuan sopir saat menghadapi masalah
 - j. Kondisi mobil travel baik dan terawat
 - k. Lama waktu penjemputan
 - l. Kelengkapan fasilitas dalam travel
 - m. Sikap dan perilaku sopir
 - n. Lama waktu pengantaran
 - o. Sopir berpenampilan baik
 - p. Kualitas makanan dan minuman
 - q. Kendaraan yang modern
 - r. Pemenuhan permintaan khusus penumpang
 - s. Pengetahuan sopir terhadap rute perjalanan

- t. Sopir mendengarkan ketika penumpang mengeluh
- 2. Terdapat 7 atribut yang harus diperbaiki agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu.
 - a. Kebersihan interior kendaraan
 - b. Kemampuan mengemudi sopir
 - c. Fasilitas AC dalam travel berfungsi
 - d. Kenyamanan fasilitas dalam travel
 - e. Sikap dan perilaku sopir
 - f. Lama waktu pengantaran
 - g. Pengetahuan karyawan terhadap rute
- 3. Terdapat 20 usulan perbaikan yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Mitra Travel yang dikelompokkan menjadi 5 usulan besar.
 - a. Melakukan penambahan pekerja baru
 - b. Usulan perbaikan aturan di Mitra Travel
 - c. Usulan perbaikan pada sistem tes pemilihan sopir
 - d. Penambahan *tools* dalam mobil
 - e. Penambahan *tools* dalam kantor

V.2 Saran

Saran yang dapat diberikan pada perusahaan dan penelitian selanjutnya adalah.

- 1. Menerapkan usulan perbaikan yang diberikan kepada Mitra Travel untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 2. Melakukan evaluasi untuk mengidentifikasi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.
- 3. Melakukan peninjauan kembali setelah menerapkan usulan perbaikan pada Mitra Travel.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods* (12 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Flanagan, J.C. (1954). The Critical Incident Technique. *Psychological Bulletin*, 51(4), 327-358.
- Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. (2011). *Service Marketing*. USA: ISBN.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th edition)*. USA: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management Millenium Edition*. USA: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (14 ed.). USA: Prentice-Hall.
- Ladhari, R. 2009. *Service Quality, Emotional Satisfaction, and Behavioural Intentions*. *Journal in the Hotel Industry*, 8, 309-315. Doi: 10.1108/09604520910955320.
- Montgomery, D. C. (2003). *Applied Statistics and Probability for Engineers* (3 ed.). USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Sekaran, U. (2003). *Research Mehods for Business: A Skill Building Approach* (4 ed.). USA: Prentice-Hall.
- Supranto, J. (1981). *Metode Riset: Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sutalaksana, I.Z., Anggawisastra, R., & Tjakraatmadja, J.H. (2006). *Teknik Perancangan Sistem Kerja*, Bandung: Industri Institut Teknologi Bandung.
- Tjiptono, F. & Chandra, Gregorius. 2007. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tontini, G dan Picolo, J.D. (2010), Improvement Gap Analysis, *Managing Service Quality*, Vol. 20 Iss: 6pp. 565-584.
- Tontini, G dan 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.
- Wright, L., & Lovelock, C. H. (1999). *Principles of Service Marketing and Management*. Prentice-Hall.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., dan Berry, L.L. (1990). Delivering Quality Service: *Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York, USA: The Free Press