

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian diperoleh nilai gap (kesenjangan antara nilai kenyataan dengan nilai harapan) dari masing-masing dimensi sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode *Service Quality* dari masing-masing atribut untuk dapat mengetahui pelayanan yang diberikan oleh Kedai wargem. Hasil yang didapat nilai rata-rata pada kenyataan kedai wargem sebesar 59,12 dan nilai rata-rata harapan pelanggan sebesar 66,24 sehingga didapatkan nilai Q 0,89 artinya kualitas pelayanan dinyatakan belum baik dan belum memuaskan. inya pelanggan merasa belum puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Beberapa atribut pelayanan yang diprioritaskan dari setiap dimensi adalah sebagai berikut:
 - a. Dimensi pertama yang dapat dirasakan langsung oleh pelanggan, karena suatu pelayanan yang tidak terlihat atau yang dirasakan oleh indera manusia, maka aspek *tangible* menjadi bagian penting *service quality*. Berdasarkan hitungan nilai *gap* pada dimensi *tangible* adalah (-2,8) yang artinya nilai kenyataan pelanggan lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan.
 - b. *Reliability* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan untuk para pelanggan. Berdasarkan hitungan nilai *gap* pada dimensi *reliability* adalah (0,8) yang diartikan nilai kenyataan pelanggan lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan.
 - c. *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan kehandalan karyawan atau perusahaan untuk menolong pelanggan dan menyediakan kecepatan serta ketepatan dalam melayani pelanggan. Harapan pelanggan terhadap kecepatan dan ketanggapan pelayanan yang diberikan akan semakin meningkat untuk waktu yang panjang, karena pelanggan sangat ingin dilayani dengan cepat dan ingin dijadikan prioritas utama ketika datang ke kedai wargem. Hasil perhitungan *gap* pada dimensi *responsiveness* adalah (-21,8) yang artinya nilai kenyataan pelanggan lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan.
 - d. *Assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan dan jaminan yang dimiliki oleh karyawan atau perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan para pelanggan kepada perusahaan. Terdapat empat aspek yang bisa jadi parameter dalam dimensi ini, aspek-aspek tersebut adalah

keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi *Assurance* adalah (3) yang artinya nilai kenyataan pelanggan lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan.

- e. Dimensi *empathy* adalah perhatian yang diberikan dari perusahaan untuk para pelanggannya. Oleh karena itu pihak kedai wargem diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan untuk memahami kebutuhan pelanggan secara detail atau spesifiknya, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi *empathy* adalah (- 14,84).

5.2 Saran

1. Kedai wargem harus mempertahankan dan senantiasa meningkatkan kualitas produk dan pelayan yang selalu diutamakan untuk menarik minat konsumen.
2. Bagi peneliti lain, dapat melakukan penelitian lebih lanjut dari penelitian dengan melakukan Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen.

