

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Urutan atribut kualitas pelayanan (*service quality*) suatu *event organizer* menurut konsumen dan persepsi konsumen atas kinerja Maximum pada atribut – atribut tersebut sebagai berikut:
 - Tingkat kemampuan crew dalam menjawab pertanyaan secara lengkap
 - Kelancaran dan keamanan acara
 - Tingkat kualitas MC
 - Tingkat keunikan acara
 - Ketersediaan crew membantu client
 - Tingkat kecepatan crew menghadapi situasi tidak terduga
 - Tingkat ketepatan waktu
 - Tingkat kejujuran crew
 - Tingkat kemampuan crew untuk mewujudkan keinginan client
 - Tingkat kepedulian crew terhadap masukan dan keluhan client
 - Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas
 - Tingkat kecepatan crew dalam memenuhi janji terhadap client
 - Tingkat ketepatan janji
 - Tingkat tanggung jawab crew dalam pekerjaannya
 - Tingkat kesesuaian isi kontrak dengan pemenuhannya
 - Tingkat kesesuaian janji pelayanan dengan pemenuhannya
 - Tingkat estetika gaun

- Tingkat keramahan crew
- Tingkat kemudahan crew untuk dihubungi
- Tingkat kewajaran harga
- Tingkat kualitas foto
- Tingkat kualitas video
- Tingkat kualitas Make up Sweet
- Tingkat kemampuan crew untuk dapat diandalkan
- Tingkat estetika dekorasi
- Tingkat kemampuan crew dalam memberi rasa tenang pada client
- Tingkat kedekatan crew dengan client
- Tingkat inisiatif crew dalam pelayanan terhadap client
- Tingkat estetika koreografi dan prosesi
- Tingkat kualitas sound
- Tingkat estetika undangan
- Tingkat kualitas rasa makanan
- Tingkat kecepatan crew untuk menjawab pertanyaan client
- Tingkat kualitas lighting
- Tingkat estetika baju polonaise
- Tingkat estetika kue ulang tahun
- Tingkat kualitas band
- Tingkat kualitas Polonaise
- Tingkat kualitas Stand (apabila ada)
- Tingkat kualitas gedung
- Tingkat kualitas dancer
- Tingkat kualitas Discotime
- Koneksi dengan artis
- Tingkat kerapihan penampilan crew
- Tingkat kebersihan penampilan crew

- Tingkat kualitas sarana multimedia (layar/tv plasma)
- Tingkat estetika buku tamu
- Tingkat kualitas make up polo
- Tingkat estetika boquet (bunga)
- Tingkat rasa kue ulang tahun

2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Maximum:

Konsumen menilai rata-rata kinerja Maximum sebesar 4,46 yang berarti kinerja Maximum dinilai sangat baik dan harus terus dipertahankan oleh pihak Maximum, rata-rata tingkat kepuasan konsumen pada *event organizer* Maximum adalah sebesar 3,99 yang berarti konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan Maximum. Hal ini dapat dimengerti karena Maximum melayani pasar *high end*, yang *insensitive* terhadap harga, namun menuntut kesempurnaan kualitas.

3. Hubungan kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen Maximum:

Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen Maximum, dimana hubungannya termasuk ke dalam kategori *moderately strong association*. Berdasarkan analisis data menggunakan korelasi Pearson, didapati bahwa tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan memiliki tingkat korelasi sebesar positif 0,667 yang terletak antara kisaran 0,50 – 0,75. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X (Kualitas Pelayanan Maximum) dan variabel Y (kepuasan) bersifat *Moderately high association (moderately strong association)*. Besarnya pengaruh bisa ditentukan

melalui r^2 yaitu sebesar 0,4449 atau sebesar 44,49%. Sisanya 55,51% dipengaruhi faktor lain. Sig. (2-tailed) 0,000 lebih kecil dari 5% atau 0,05 maka H0 ditolak H1 diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas dengan kepuasan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat berguna dalam peningkatan kinerja dimensi *service quality* Maximum yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas konsumen, sebagai berikut:

- Tidak memberikan *overpromise*

Selama ini Maximum seringkali melebihi janji – janji untuk menarik konsumen agar mau menggunakan jasa Maximum, Maximum terkadang juga tidak tegas dalam menghadapi permintaan konsumen yang tidak dapat dipenuhi Maximum, karena sungkan untuk menolak permintaan konsumen.

- Kontrak tertulis dengan *client*

Maximum terkadang tidak membuat kontrak tertulis dengan *client*, padahal dengan membuat kontrak tertulis, pembagian hak dan kewajiban Maximum terhadap *client* menjadi jelas.

- Koordinasi Internal Maximum

Terkadang, pemenuhan janji Maximum tidak terealisasi dikarenakan kelalaian *crew* Maximum, juga kelalaian dari pihak eksternal Maximum seperti *talent* dan *vendor*. Perlu ada perubahan menyeluruh agar

semua *crew* Maximum dan pihak yang terlibat bekerja dengan lebih profesional.

- Penambahan jumlah *crew* Maximum

Seiring bertambahnya jumlah *client*, Maximum perlu menambah *crew* agar Maximum dapat bekerja dengan lebih cepat dan tetap memberikan hasil yang terbaik. Kondisi saat ini seringkali seorang *crew* dibebani pekerjaan melebihi kapasitasnya sehingga selain hasil yang diperoleh menjadi kurang maksimal, seringkali pekerjaan selesai tetapi terlambat.

Dengan menambah *crew*, tidak akan timbul *over capacity* yang menyebabkan penurunan kualitas dan mengurangi keterlambatan waktu.

- Penambahan *contact source* Maximum

Maximum tidak memiliki kantor yang dapat dihubungi oleh *client*, sehingga selama ini *client* hanya dapat menghubungi Maximum via telepon. Itupun dengan kondisi telepon dipegang oleh *owner* langsung yang langsung turun tangan dalam menangani segala hal yang berkaitan dengan Maximum sehingga seringkali telepon *client* yang masuk tidak terjawab. Hal ini dapat diperbaiki apabila Maximum menambah *contact source* yaitu membuat *line* untuk fax, membuat email dan menambah *contact person* yang dapat dihubungi *client* diluar *owner*.

- Melakukan konfirmasi pada *client*

Maximum harus selalu melakukan konfirmasi pada *client* dalam segala hal dengan misalnya memberikan *proofing design*, *test food*,

memperlihatkan demo pengisi acara. Sehingga *client* tidak hanya mendengarkan deskripsi *crew* Maximum, dan menghilangkan kemungkinan apa yang dibayangkan oleh *client* tidak sesuai dengan kenyataan. Maximum perlu terus menambah media presentasi berupa foto, clip, contoh barang, *proofing design* agar *client* mempunyai gambaran yang jelas dan dapat menyesuaikan segala sesuatunya sesuai selera mereka.

- Pemilihan *partner* Maximum

Maximum harus memilih pengisi acara dan *vendor* yang memiliki kualitas yang baik dan juga memberikan pelayanan prima. Maximum perlu membuat hubungan jangka panjang dengan *talent* dan *vendor* tersebut agar dapat bekerjasama dengan baik dalam memberikan kepuasan pada *client*. Maximum jangan merekomendasikan pembawa acara bermasalah, yang sering datang terlambat, tidak memiliki kualitas prima, dan tidak disiplin. Maximum juga harus mengganti *vendor – vendor* yang sulit diajak bekerjasama dan tidak memberikan kualitas dan pelayanan terbaik kepada *client*.

Namun yang perlu diperhatikan adalah keunggulan Maximum dalam dimensi *Tangibles* Maximum jangan sampai menjadi bumerang ketika Maximum seluruh tenaga, energi dan waktu dicurahkan untuk dimensi *Tangibles* dan mengesampingkan dimensi *service quality* lainnya.