

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa di lembaga “X” Bandung, yaitu :

1. Sebagian besar konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan jasa yang lembaga “X” Bandung dan sebagian kecil konsumen merasa puas terhadap pelayanan jasa lembaga “X”.
2. Ketidakpuasan konsumen pada dimensi kualitas pelayanan, secara berurutan dari yang ketidakpuasan terbesar hingga ketidakpuasan terkecil yaitu *empathy*, *tangibility* dan *reliability*, *responsiveness*, *assurance*.
3. Kepuasan konsumen pada dimensi kualitas pelayanan secara berurutan dari yang kepuasannya terbesar hingga kepuasannya terkecil yaitu *tangibility*, *assurance*, dan *responsiveness*, *reliability*, *empathy*.
4. Pada dimensi *empathy*, sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap tidak adanya kotak saran atau kritik, lembaga “X” tidak meminta umpan balik atau masukan mengenai program, serta kurangnya pemahaman akan kebutuhan konsumen. Namun sebagian kecil konsumen merasa harapannya cukup terpenuhi sehingga konsumen merasa

cukup puas terhadap kesediaan untuk berkonsultasi serta dapat dijadikan tempat belajar sekaligus bermain.

5. Pada dimensi *tangibility*, sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya kurang terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap kelengkapan fasilitas yang tersedia, ruang kelas yang kurang luas, serta lokasi yang kurang strategis. Namun sebagian kecil konsumen merasa bahwa harapannya cukup terpenuhi sehingga konsumen merasa cukup puas terhadap kondisi lembaga “X” yang dinilai cukup kondusif.
6. Pada dimensi *reliability*, sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap manfaat program lembaga “X”, sosialisasi atau penjelasan mengenai program, serta pelayanan yang belum sesuai dengan biaya yang harus dibayar. Namun sebagian kecil konsumen merasa bahwa harapannya cukup terpenuhi sehingga konsumen merasa cukup puas terhadap kesesuaian antara waktu kegiatan dengan yang dijanjikan sebelumnya.
7. Pada dimensi *responsiveness*, sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap sikap instruktur yang kurang gesit serta kurang dapat menggunakan waktu secara efektif dan efisien. Namun sebagian kecil konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *responsiveness* di lembaga “X” cukup terpenuhi sehingga konsumen merasa cukup puas

terhadap kedisiplinan instruktur dalam memulai waktu kegiatan secara tepat waktu

8. Pada dimensi *assurance*, sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap pengetahuan dan kompetensi instruktur yang kurang sesuai dengan program serta kesopanan instruktur dalam bertindak dan berbicara. Namun sebagian kecil konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *assurance* di lembaga “X” cukup terpenuhi sehingga konsumen merasa cukup puas terhadap kemampuan instruktur dan staf dalam mempersuasi konsumen dan meyakinkan konsumen akan keberhasilan program.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Teoritis**

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk memperkaya ilmu psikologi industri dan organisasi, khususnya psikologi konsumen.
2. Bagi peneliti lain yang tertarik dapat melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen pada industri jasa yang berbeda atau dengan menghubungkan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen.

### 5.3 Saran Praktis

Bagi lembaga “X” disarankan untuk :

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal pengetahuan & kompetensi instruktur, pelayanan sesuai janji, serta kecepatan dalam mengangani masalah, lembaga “X” disarankan untuk memberikan pelatihan kepada instruktur agar lebih memiliki pengetahuan dan kompetensi yang sesuai dengan program lembaga “X”. Selain itu disarankan untuk memberikan sosialisasi dan penjelasan kepada orang tua mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan.
2. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal fasilitas fisik lembaga “X” disarankan untuk menggarap fasilitas fisik, sarana dan prasarana yang diperlukan untuk kegiatan terutama untuk sarana *outbond*, serta memperluas ruang kelas agar dapat menampung semua anak.
3. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal pemahaman kebutuhan konsumen lembaga “X” disarankan untuk memberikan pendampingan bagi instruktur dan staf mengenai cara memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
4. Selain itu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal pemahaman kebutuhan konsumen lembaga “X” disarankan untuk menyediakan kotak saran atau kritik bagi konsumen yang akan menyampaikan saran maupun kritik dan segera menindaklanjuti saran atau kritik dari konsumen.