

## BAB VI

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Simpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan di CV. Rapih Utama Jok Palembang dapat disimpulkan:

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan CV. Rapih Utama Jok saat ini belum maksimal. Hal ini dibuktikan dengan rata-rata *gap score* pada *gap 5* bernilai negatif lebih dari -0,5, sehingga perlu adanya perbaikan kualitas layanan pada CV. Rapih Utama Jok Palembang.
2. Upaya – upaya yang bisa direkomendasikan untuk perbaikan kualitas layanan ada 5 buah usulan perbaikan dari hasil perhitungan keseluruhan *gap*. Implementasi usulan perbaikan yang dilakukan adalah penambahan fasilitas tempat duduk, pengadaan air minum untuk konsumen, pengadaan tissue, pembuatan tata cara melayani konsumen, dan pembuatan aturan dalam melayani konsumen.
3. Peningkatan kualitas layanan dengan metode *ServQual* telah dilakukan dengan menerapkan implementasi usulan perbaikan yang telah disepakati dengan pihak manajemen. Selain itu juga dibuktikan dengan perbandingan *gap score* sebelum dan setelah implementasi usulan perbaikan yang nilai negatifnya menjadi lebih kecil dari sebelumnya. Rata-rata *gap score* sebelum implementasi adalah -0,663, rata-rata *gap score* setelah implementasi adalah -0,308, dan rata-rata penurunan *gap score* sebelum dan setelah implementasi adalah 5,882%. Hal ini menunjukkan terdapat peningkatan kualitas pelayanan pada CV. Rapih Utama Jok Palembang.

## **6.2 Saran**

### **6.2.1 Saran untuk CV. Rapih Utama Jok Palembang**

Perbaiki kualitas layanan pada CV. Rapih Utama Jok Palembang dapat terus dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan. Selain itu CV. Rapih Utama Jok Palembang harus lebih mendengarkan/ mempertimbangkan saran dari konsumen demi kemajuan CV. Rapih Utama Jok Palembang.

### **6.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya**

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah mengkombinasikan metode *ServQual* dengan metode lain. Metode lain yang dapat digunakan misalnya *Importance and Performance Matrix* dimana metode ini menganalisis strategi peningkatan kepuasan pelanggan, sehingga dapat memonitor akibat dari kualitas layanan jasa yang diberikan dan mengetahui apakah harapan dari pelanggan sudah berubah.