

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap perilaku purna pembelian produk *meeting package* di Ciater Spa Resort maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi kualitas pelayanan produk *meeting package* di Ciater Spa Resort dapat dikategorikan baik. Keberhasilan pengelolaan produk *meeting package* di Ciater Spa Resort ini sangat bergantung pada pelayanan yang diberikan perusahaan untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan pelanggan. Usaha-usaha yang dilakukan oleh Ciater Spa Resort dalam meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para pelanggan adalah dengan cara mengupayakan suatu pelayanan yang baik, cepat, dan memuaskan kepada para pelanggannya. Setelah menganalisa unsur-unsur pelayanan dilihat dari segi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, dan *assurance* yang diberikan oleh pihak Ciater Spa Resort kepada para pelanggan, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bisa dikatakan baik, hal ini mengacu kepada hasil kuesioner tanggapan responden tentang penilaian kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Ciater Spa Resort kepada para pelanggan produk *meeting package* nya. Ini juga tidak terlepas dari pihak Ciater Spa Resort yang selalu menjaga kualitas pelayannya dengan cara selalu memberikan pengarahan dan pemahaman kepada pegawainya didalam hal bagaimana cara melayani pelanggan dengan baik.
2. Kondisi perilaku purna pembelian produk *meeting package* di Ciater Spa Resort menunjukkan secara keseluruhan bahwa tingkat *loyalty* merupakan dimensi perilaku purna pembelian yang memiliki skor paling tinggi atau dikategeorikan baik. Sedangkan ketiga lainnya dikategorikan cukup baik.

Berikut hasil penelitian perilaku purna pembelian yang memiliki skor paling tinggi serta paling rendah, secara berurutan adalah *Loyalty*, *Response to Problem*, *Switch*, *willingness to pay more*.

3. Berdasarkan hasil analisis regresi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku purna pembelian produk *meeting package* Ciater Spa Resort. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis alternative (H_a) yaitu terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap perilaku purna pembelian produk *meeting package* Ciater Spa Resort dapat diterima dan hipotesis nihil (H_0) ditolak, Sedangkan besarnya korelasi pearson menunjukkan korelasi antar variabel dalam kategori sedang. Dengan kata lain pengaruh kualitas pelayanan dapat dikategorikan cukup berpengaruh terhadap perilaku purna pembelian produk *meeting package* Ciater Spa Resort. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas pelayanan agar tingkat pengaruh lebih kuat.

B. Saran

Setelah mengolah, menganalisis dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan. Penulis mencoba mengajukan beberapa saran bagi Ciater Spa Resort dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan yang diharapkan dapat meningkatkan perilaku purna pembelian ke arah yang lebih positif diantaranya:

1. Berkenaan dengan variabel kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh pada penelitian ini maka kualitas pelayanan produk *meeting package* Ciater Spa Resort sebaiknya dipertahankan bahkan harus lebih baik lagi. Dikarenakan dari kelima dimensi kualitas pelayanan dimensi jaminan (*assurance*) memiliki skor paling rendah ada baiknya dimensi ini lebih diperhatikan oleh pihak pengelola. Adapun beberapa cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam meningkatkan jaminan bagi pelanggan diantaranya mengelola ekspektasi pelanggan yakni dengan tidak melebih-lebihkan janji kepada pelanggan sehingga tidak memperbesar peluang

Novia Tresna Dewi, 2013

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PERILAKU PURNA PEMBELIAN PRODUK MEETING PACKAGE DI

CIATER SPA RESORT KABUPATEN SUBANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tidak terpenuhinya ekspektasi pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara secara terus menerus mengadakan program-program pendidikan dan pelatihan peningkatan kualitas pelayanan atau layanan konsumen secara berkala, terutama bagi staf Ciater Spa Resort yang secara langsung banyak terlibat dengan pelanggan. Adapun manfaat dari pelatihan ini adalah membantu karyawan untuk dapat bekerja secara efektif dalam tim, meningkatkan keahlian dan keterampilan karyawan sehingga mampu memberikan rasa percaya bagi pelanggan ketika berhadapan dengan Ciater Spa Resort. Selain itu ada beberapa cara lain guna meningkatkan kualitas pelayanan yakni, mengelola bukti kualitas jasa. Dapat dilakukan dengan cara selalu bersikap ramah kepada pelanggan, berpakaian rapih, fasilitas fisik selalu terlihat rapih dan bersih, meningkatkan nilai estetik di setiap ruang *meeting*, menerapkan dekorasi yang tidak monoton namun juga tidak berlebihan serta selalu konsisten kepada SOP (*Standard Operational Procedure*) yang berlaku. Selanjutnya, menindaklanjuti jasa dapat dilakukan dengan cara memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk berkomunikasi dengan pihak manajemen maupun karyawan sehingga mereka dapat dengan leluasa menyampaikan kebutuhan spesifik, keluhan dan saran, misalnya dengan *hotline* bebas pulsa. Strategi-strategi tersebut dapat dilakukan guna menyempurnakan kualitas pelayanan, karena walaupun kelima karakteristik kualitas pelayanan dinilai sangat baik oleh responden hal tersebut bisa saja berbeda ketika kualitas pelayanan semakin menurun dan mulai banyak kompetitor-kompetitor baru yang bermunculan. Hal ini senada dengan yang dipaparkan oleh Tjiptono bahwa kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Berkenaan dengan variabel perilaku purna pembelian produk *meeting package* di Ciater Spa Resort ada baiknya apabila pihak Ciater Spa Resort mempertahankan *loyalty* yang ditunjukkan oleh tanggapan responden terhadap perilaku purna pembelian dimana dimensi *loyalty* mendapatkan

Novia Tresna Dewi, 2013

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PERILAKU PURNA PEMBELIAN PRODUK MEETING PACKAGE DI

CIATER SPA RESORT KABUPATEN SUBANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

nilai baik. Adapun langkah yang dapat diambil sebagai strategi agar pelanggan tetap loyal dan tidak beralih ke pesaing. Misalnya dengan memberikan diskon khusus bagi pelanggan yang memenuhi kategori loyal, memberikan beberapa kejutan kecil kepada tamu bisnis yang kebetulan sedang berulang tahun, Komunikasi secara terus menerus, Sehingga para pelanggan tersebut merasa lebih diperhatikan dan terjalin ikatan kuat antara Ciater Spa Resort dengan pelanggan. Dengan demikian perilaku *loyalty* seperti membicarakan hal-hal positif kualitas jasa Ciater Spa Resort kepada orang lain, merekomendasikan produk *meeting package* Ciater Spa Resort kepada orang lain, mendorong teman atau relasi untuk berbisnis dengan Ciater Spa Resort, mempertimbangkan Ciater Spa Resort sebagai pilihan pertama dalam membeli produk *meeting package*. serta melakukan bisnis lebih banyak diwaktu mendatang dapat terwujud dengan baik dan memberikan pengaruh positif bagi Ciater Spa Resort kedepannya.