

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *store atmosphere* dan *service quality* terhadap kepuasan konsumen pada 5 barbershop di kota Padang disimpulkan:

- 1) *Store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bahwa konsumen menentukan kepuasannya tidak dipengaruhi oleh suasana toko atau *store atmosphere* yang bagus dan menarik. Mereka menjadikan *store atmosphere* sebagai rujukan untuk berkunjung kesuatu barbershop yang menarik perhatian
- 2) *Service quality* berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen dimana standar kepuasan konsumen ditentukan oleh seberapa besar *service quality* yang diberikan oleh setiap barbershop kepada mereka.



5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari *store atmosphere* dan *service quality* mempunyai implikasi tersendiri bagi konsumen dalam menentukan kepuasannya namun secara keseluruhan konsumen setuju dengan pernyataan dari indikator yang dipaparkan pada penelitian ini.

Adapun implikasi yang dapat dikembangkan setiap barbershop antara lain:

- 1) Bahwa *store atmosphere* didominasi besar oleh responden yang memiliki pengetahuan tentang arti dari barbershop. Mereka menjadikan hal tersebut sebagai pertimbangan dalam melakukan keputusan berkunjung. Dilihat pada nilai setiap indikator *store atmosphere*, para pelaku industri barbershop hendaknya mempertimbangkan untuk merancang konsep barbershop yang tidak terlalu mahal namun dapat menarik konsumen untuk dapat berkunjung
- 2) Konsumen didominasi oleh responden yang menyetujui bahwa *service quality* mendorong konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian berulang karena standar puas yang dimiliki oleh konsumen sangat rasional terhadap kepuasannya. Nilai setiap indikator dari *service quality* pada penelitian ini, konsumen yang memiliki tingkat kritik tinggi bertujuan agar lebih meningkatkan tingkat keputusan konsumen dalam melakukan pelayanan setiap barbershop
- 3) Barbershop yang mewakili Kota Padang memiliki jargon atau jagoan tukang cukur sehingga kepuasan konsumen sangat terjaga namun memiliki kekurangan karna ketidakmerataan tersebut membuat konsumen harus membangun kepercayaan terlebih dahulu terhadap tukang cukur yang lain



5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki banyak keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi

hasil yang diinginkan maka keterbatasan ini diharapkan lebih bisa diperhatikan untuk para peneliti yang akan datang. Keterbatasan pada penelitian ini diantaranya:

- 1) Peneliti membatasi penelitian dengan menggunakan dua variabel independen saja, yaitu *store atmosphere* dan *service quality*.
- 2) Keterbatasan jurnal terdahulu mengenai variabel *store atmosphere* pada objek pelayanan jasa. Variabel tersebut sering digunakan pada fenomena yang berada di objek perusahaan ritel dalam mencari suatu implikasi yang positif terhadap peneliti.
- 3) Peneliti tidak menggunakan uji F pada analisis regresi linier berganda karena keterbatasan terhadap pengaruh antara variabel independen. Diketahui *store atmosphere* dan *service quality* memiliki implikasi yang berbeda pada kepuasan pelayanan jasa barbershop
- 4) Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan kuesioner, sehingga memungkinkan data yang diperoleh bersifat subjektif.
- 5) Ada beberapa spekulasi bahwa konsumen dibawah umur 12 tahun dipengaruhi oleh orang tua khususnya ibu dimana barbershop merupakan pangkas rambut khusus pria, dalam menentukan kepuasan terhadap pelayanan yang mereka dapatkan



5.4 Saran

Penelitian masih berkelanjutan yang lebih terarah dan lebih luas agar kelemahan yang muncul dapat diperbaiki dan dikembangkan dengan saran

1) Bagi para pelaku industri bisnis barbershop

Pelaku industri barbershop hendaknya mempertimbangkan perancangan konsep barbershop yang tidak terlalu mahal namun dapat menarik konsumen untuk berkunjung dengan menjelaskan tujuan perbedaan barbershop dengan lainnya agar dapat menjadi nilai lebih tersendiri sehingga mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang telah merasakan pelayanan barbershop tersebut

Melalui deskriptif pernyataan terendah *store atmosphere* sebesar 2,87 skor rata-rata yaitu warna ruangnya bagus dan menarik mendapatkan kesimpulan yang sama dengan pintu masuk barbershop mudah diakses dengan nilai negatif maka kita dapat memperbaiki struktural barbershop terhadap warna ruangan dan pintu masuk barbershop sesuai harapan konsumen sehingga indikator pernyataan terendah tersebut dapat meningkatkan faktor kepuasan konsumen yang lebih signifikan

2) Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain dan memperluas populasi atau menambah jumlah responden agar diperoleh hasil penelitian yang lebih bervariasi. Variabel lain seperti harga, lokasi, dan sebagainya agar mendapatkan hasil yang lebih objektif dalam melakukan penelitian dan peneliti bisa menambahkan teknik pengumpulan data dengan wawancara.



