

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki empat variabel yang diteliti yaitu store atmosphere, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga data yang didapat merupakan data primer yang disebar melalui google form, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 145 orang yang merupakan pelanggan T Barbershop Padang. Dari pembahasan serta penjelasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, penelitian ini memiliki tiga hipotesis, hasil dari semua hipotesis yang diuji berupa tiga pernyataan hipotesis diterima.

1. Variabel Store Atmosphere mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada T Barbershop Padang. Hal ini berarti bahwa responden akan berminat menggunakan jasa T Barbershop apabila suasana toko yang nyaman akan memberikan nilai tambah dan memberikan kesan positif di benak pelanggan.
2. Variabel harga mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada T Barbershop Padang. Hal ini berarti bahwa harga sangat sensitif bagi pelanggan di T Barbershop Padang. Dimana harga yang diberikan oleh jasa T Barbershop Padang terjangkau untuk semua kalangan

dan juga harga yang ditetapkan juga sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh jasa T Barbershop Padang.

3. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada T Barbershop Padang. Hal ini berarti bahwa standar kepuasan pelanggan ditentukan oleh seberapa besar kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa T Barbershop kepada pelanggannya. Apabila pelanggan merasakan kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan puas dan semakin tinggi pula minat untuk menggunakan jasa T Barbershop Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian ini bagi T Barbershop adalah meningkatkan kepuasan pelanggan untuk setiap indikator pada penelitian ini terutama pada indikator emosional pelanggan. Dari semua item pertanyaan, untuk item pertanyaan “Saya merekomendasikan T Barbershop kepada teman saya” masih mendapatkan penilaian terendah dari pelanggan. Rekomendasi dari teman sangat penting karena dengan adanya rekomendasi dari teman, maka T Barbershop sudah melakukan salah satu strategi pemasaran yaitu *word of mouth*.

Selain itu, pada variabel *store atmosphere* T Barbershop juga harus memperhatikan volume musik dan pemilihan warna cat toko. Pada variabel harga, T Barbershop harus memperhatikan keterjangkauan tarif untuk semua kalangan. Pada variabel kualitas pelayanan, Barberman T Barbershop perlu meningkatkan

komunikasi yang baik dengan pelanggan. Pada variabel kepuasan pelanggan, T Barbershop perlu meningkatkan pelayanan karena pada item pertanyaan “Saya merekomendasikan T *Barbershop* kepada teman saya” memiliki rata-rata terendah dari semua item pertanyaan pada penelitian ini, yang berarti ada kemungkinan pelanggan tidak merekomendasikan ke temannya karena mungkin adanya ketidakpuasan dari pelanggan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuisioner yang diisi oleh responden dengan kriteria yaitu minimal satukali menggunakan jasa T *Barbershop* sehingga belum mendapatkan gambaran nyata atas pelayanan dari T *Barbershop* itu sendiri.
2. Variabel *store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan tidak cukup kuat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena memiliki koefisien determinasi yang dihasilkan masih rendah.

5.4 Saran- Saran

Berdasar pada hasil kesimpulan, keterbatasan penelitian, hingga implikasi dari penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang bisa diberikan kepada pihak perusahaan dan penelitian berikutnya, yaitu:

5.4.1. Bagi T Barbershop

Berdasarkan pada kesimpulan yang sudah dijabarkan diatas, maka saran yang dapat peneliti berikan kepada Pihak T *Barbershop* Sebaiknya tetap konsisten dalam menjaga kepuasan pelanggan dengan memperhatikan kebersihan outlet T barbershop, memberikan harga sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan, dan barberman T Barbershop selalu hati-hati dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan untuk menghindari kesalahan/kecelakaan.

5.4.2. Bagi peneliti yang akan datang

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti store atmosphere, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.