

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan pelayanan di *Club House Casa Grande* secara keseluruhan adalah memuaskan. Akan tetapi perlu ditingkatkan lagi pada faktor: bukti langsung (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).

#### **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan di atas, hasil penelitian ini mempunyai implikasi yaitu:

1. Menjadi referensi dan masukan yang bermanfaat bagi pengelola *Club House Casa Grande* untuk menjaga kualitas pelayanan yang sudah baik dan meningkatkan jasa layanan pada faktor: *tangibles*, *responsiveness*, dan *assurance*. Dengan meningkatkan jasa layanan pada faktor pelayanan yang masih ada kekurangan, konsumen akan merasa puas, dan secara tidak langsung konsumen dapat bertambah dan keuntungan akan meningkat.
2. Hasil penelitian dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya, sebagai kajian teori dan sumber referensi.

#### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah dilakukan sebaik-baiknya, tetapi masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, di antaranya:

1. Peneliti tidak mengontrol kesungguhan tiap responden dalam mengisi angket, yaitu kejujuran responden dalam mengisi angket.

2. Peneliti tidak mengontrol latar belakang akademik dan kondisi responden baik secara fisik maupun psikologis, apakah responden dalam keadaan baik atau tidak.

#### **D. Saran-saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat disampaikan yaitu bagi pengelola *Club House* Casa Grande agar mempertahankan layanan yang sudah baik, dan meningkatkan layanan yang sekiranya masih kurang memberikan kepuasan bagi konsumen, sebagai berikut:

1. Pada faktor *tangibles* yaitu memperbaiki alat-alat *fitness* yang rusak, menambah kelengkapan alat-alat *fitness*, memperbaiki lantai lapangan bulu tangkis yang rusak, dan menambah tenaga instruktur.
2. Pada faktor *responsiveness* yaitu meningkatkan sikap disiplin dengan menganjurkan karyawan membuat *task breakdown* atau catatan yang harus dikerjakan oleh karyawan berdasarkan tugas dan wewenangnya.
3. Pada faktor *assurance* yaitu menganjurkan karyawan untuk melakukan inovasi dalam bekerja. Menambah program latihan dengan sesuatu yang baru dan modern akan tetapi efisien dan tetap mengarah pada tujuan latihan.
4. Selain itu, pada setiap bulan selalu dilakukan evaluasi untuk mengetahui target yang telah dicapai atau kekurangan pada jasa pelayanan. Dengan demikian *Club House* Casa Grande akan menjadi *fitness centre* yang berkualitas dan menjadi pilihan utama konsumen untuk berolahraga.
5. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan subvariabel lain, karena subvariabel ini sudah banyak digunakan pada penelitian sejenis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif Budiarto. (2004). Tingkat Kepuasan Anggota Klinik Kebugaran terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Klinik Kebugaran FIK UNY. *Skripsi*. Yogyakarta: FIK UNY.
- Basu Swasta Dharmmesta & T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran. Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dahlan Iskan. (2012). Mengurus BUMN. *Kedaulatan Rakyat* (21 Oktober 2012). Hlm.1.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Gangnam Style* Sepanjang Tahun. *Jawa Pos* (22 Oktober 2012). Hlm.1.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fandy Tjiptono. (2002). *Manajemen Jasa*. Ed. 2. Cet. 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Husain Umar .(2000). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Husaini, Usman. & Setiady Purnomo Akbar. (1995). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- J. Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Cet. 2. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. (1998). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid Dua. (Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli. Terjemahan). Jakarta: Prenhallindo. Buku asli diterbitkan tahun 1997.
- \_\_\_\_\_. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Damas Sihombing. Terjemahan). Jakarta: Erlangga. Buku asli diterbitkan tahun 1996.
- Payne, Andrian. (2000). *Pemasaran Jasa*. (Fandy Tjiptono. Terjemahan). Yogyakarta: Andi Offset. Buku asli diterbitkan tahun 1993.
- Puji Sanyoto. (2011). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal. *Skripsi*. Yogyakarta: FIK UNY.
- Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Rianto Adi. (2010). *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta Granit 2004.
- Singarimbun Masri. (1987). *Metode Penelitian Survei*. Yogyakarta: LP3ES.
- Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. (1991). *Analisis Butir-butir untuk Instrumen Angket, Tes & Skala Nilai dengan Basica*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yudik Prasetyo. (2004). Persepsi Anggota Klinik Kebugaran FIK UNY terhadap Kualitas Jasa Pelayanan. *Skripsi*. Yogyakarta: FIK UNY.