

## BAB VI

### KESIMPULAN

#### 6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Atribut yang mempengaruhi kualitas layanan pada PT Transhub Logistik Indonesia terdapat 15 atribut pada kuesioner penelitian. Diantaranya adalah Perusahaan memberikan bukti pengiriman, Fasilitas ruang tunggu nyaman, Karyawan berpenampilan rapi dan sopan, Perusahaan mampu menangani kebutuhan pelanggan, Perusahaan memberikan *rate* harga yang terjangkau, Perusahaan dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan, Perusahaan selalu memberikan informasi terkait dokumen secara berkala, Perusahaan merespon email pelanggan dengan *responsive*, Ketersediaan karyawan untuk membantu pelanggan, Karyawan memiliki pengetahuan yang baik terkait pengiriman, Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan, Perusahaan menjamin tidak adanya kesalahan yang dapat merugikan pelanggan, Karyawan melayani pelanggan dengan ramah, Perusahaan memperhatikan kelengkapan dokumen pengiriman, Karyawan memahami kebutuhan pelanggan.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh PT Transhub Logistik Indonesia mendapatkan nilai memuaskan secara keseluruhan yaitu dimensi *Tangible*. Adapun skor *servqual* pada atribut T1 (Perusahaan memberikan bukti pengiriman) sebesar 0,06, atribut T2 (Fasilitas ruang tunggu nyaman) sebesar -0,03, dan atribut T3 (Karyawan berpenampilan rapi dan sopan) sebesar 0,09. Sedangkan mendapatkan nilai yang kurang memuaskan pada dimensi *Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy*. Hal ini dikarenakan pada masing – masing dimensi masih memiliki nilai gap tinggi yang dapat disimpulkan bahwa pelanggan kurang puas pada pelayanan dimensi *Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy*.

3. Pengkategorian atribut berdasarkan metode kano memperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Kategori *Indifference* terdiri dari 11 atribut diantaranya yaitu T1(Perusahaan tidak memberikan bukti pengiriman),T2 (Fasilitas ruang tunggu tidak nyaman) T3(Karyawan tidak berpenampilan rapi dan sopan),R1(Perusahaan tidak mampu menangani kebutuhan pelanggan),R3(Perusahaan tidak dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan),D1(Perusahaan tidak selalu memberikan informasi terkait dokumen secara berkala) D2( Perusahaan tidak merespon email pelanggan dengan responsif),D3(Ketidaksediaan karyawan untuk membantu pelanggan),A1(Karyawan kurang memiliki pengetahuan yang baik terkait pengiriman),A3(Perusahaan tidak dapat menjamin tidak adanya kesalahan yang dapat merugikan pelanggan) ,E2(Perusahaan kurang memperhatikan kelengkapan dokumen pengiriman ).
- b. Kategori *One Dimensional* terdiri dari 1 atribut yaitu R2(Perusahaan kurang memberikan *rate* harga yang terjangkau).
- c. Kategori *Questionable* terdiri dari 1 atribut yaitu A2(Karyawan kurang bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan).
- d. Kategori *Reverse* terdiri dari 1 atribut yaitu E1(Karyawan kurang melayani pelanggan dengan ramah).
- e. Kategori *Attractive* terdiri dari 1 atribut yaitu E3 (Karyawan kurang memahami kebutuhan pelanggan ).

Melalui pengklasifikasian kategori Kano dapat diperoleh atribut yang menjadi prioritas perbaikan yaitu pada kategori *One Dimensional* yaitu R2(Perusahaan tidak memberikan *rate* harga yang terjangkau) dan kategori *Attractive* yaitu E3 (Karyawan tidak memahami kebutuhan pelanggan ).

## 6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan saran yang kiranya dapat berguna, sebagai berikut :

1. Bagi pihak PT Transhub Logistik Indonesia harus lebih memfokuskan kualitas pelayanan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Khususnya perusahaan harus dapat menyesuaikan kebutuhan dan permintaan sebagai penetapan harga pada jasa yang dijual. Hal ini karena kepuasan merupakan kunci utama bagi perusahaan, Perusahaan harus melakukan riset lapangan guna mengetahui kebutuhan pelanggan, dan karyawan diharapkan dapat membangun suatu hubungan yang baik dengan pelanggan seperti mendengarkan keluhan pelanggan terhadap pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan, sehingga pihak perusahaan dapat memahami harapan pelanggan, dan perlu dilakukannya pengarahan kepada seluruh karyawan untuk mengetahui pentingnya memahami kebutuhan pelanggan. Mengetahui kebutuhan pelanggan merupakan faktor terpenting untuk mendorong keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan.
2. Bagi peneliti diharapkan untuk dapat memperluas objek penelitian pada permasalahan – permasalahan lainnya dengan menggunakan metode lain untuk membandingkan antar metode sebagai dasar pemecah masalah.