

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor factor yang menyebabkan turunnya jumlah pelanggan selama tiga bulan terakhir dengan nilai gap terbesar, yaitu ;

1. Nilai GAP terbesar pertama didapatkan oleh Atribut T2 (Kewangian hasil pakaian) dengan nilai gap -0,171 Yang berarti pada atribut tersebut konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, lalu Atribut T3 (Kerapihan hasil setrika) dengan nilai gap -0,142 Yang berarti pada atribut tersebut konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan Atribut RL1 (Ketepatan waktu pencucian) dengan nilai gap -0,142 Yang berarti pada atribut tersebut konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
2. Dengan adanya Implementasi Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* pada sistem informasi, diharapkan dapat lebih mudah untuk menentukan faktor mana yang menjadi penyebab turunnya jumlah pelanggan pada Melati Laundry.
3. Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* dapat diterapkan untuk mencari nilai GAP antara persepsi dan harapan pelanggan pada setiap faktor.

5.2 Saran

Disarankan kepada pihak Melati Laundry untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap permasalahan yang telah di Analisa agar dapat kembali menjadi kepercayaan konsumen dan agar penelitian ini tidak berhenti sampai disini, penulis menyarankan untuk mengembangkan aplikasi ini berbasis *Android/Mobile Application*.

