BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* pada Maijo *Barbershop*, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Maijo *Barbershop*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Maijo *Barbershop*. Pelayanan yang baik mampu meningkatkan keyakinan pelanggan dalam memilih jasa yang ditawarkan.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Maijo *Barbershop.* Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang memadai, nyaman, bersih, dan dalam kondisi baik dapat mendorong pelanggan untuk memutuskan menggunakan jasa Maijo *Barbershop*.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Maijo *Barbershop*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan setelah menggunakan jasa Maijo *Barbershop*.

4. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Maijo *Barbershop*. Artinya, fasilitas yang nyaman dan mendukung proses pelayanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan selama menggunakan jasa *barbershop*.
5. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Maijo *Barbershop*. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan yang telah memutuskan menggunakan jasa Maijo *Barbershop* cenderung merasakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi apabila pengalaman yang diperoleh sesuai dengan harapan mereka.
6. Keputusan pembelian mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan.
7. Keputusan pembelian mampu memediasi pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang baik dapat meningkatkan keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Maijo *Barbershop*, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, baik secara langsung maupun

melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Oleh karena itu, Maijo *Barbershop* perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang dimiliki guna mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan usaha *barbershop* yang semakin ketat.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta kepuasan pelanggan pada Maijo *Barbershop*. Selain itu, keputusan pembelian juga terbukti mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa keberhasilan Maijo *Barbershop* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas hasil potongan rambut, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang dirasakan pelanggan selama menggunakan jasa.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya bagi Maijo *Barbershop* untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati *barberman* dalam melayani pelanggan. Pelanggan akan lebih mudah memutuskan menggunakan jasa apabila merasa memperoleh pelayanan yang ramah, cepat, serta sesuai dengan harapan. Selain itu, fasilitas yang nyaman, bersih, dan

memadai juga menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan keputusan pembelian sekaligus kepuasan pelanggan.

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung konsep pemasaran jasa yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga memperkuat peran keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* yang mampu menjembatani hubungan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa *barbershop*.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a) Bagi Maijo *Barbershop*

1. Maijo *Barbershop* perlu meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek keandalan *(reliability)*, dengan memastikan hasil potongan rambut lebih konsisten dan sesuai dengan keinginan pelanggan melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan *barberman* secara berkala.
2. Maijo *Barbershop* perlu meningkatkan daya tanggap pelayanan, terutama saat kondisi ramai, misalnya dengan menerapkan sistem antrean yang lebih teratur sehingga pelanggan dapat memperoleh pelayanan yang lebih nyaman dan efisien.

3. Maijo *Barbershop* perlu meningkatkan fasilitas yang tersedia, terutama pada aspek kenyamanan fasilitas, seperti penyediaan pendingin ruangan yang lebih memadai, peningkatan kualitas kursi tunggu, serta penambahan fasilitas pendukung yang dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan.
4. Maijo *Barbershop* perlu menjaga kebersihan dan kerapihan area pelayanan secara konsisten agar pelanggan memperoleh pengalaman pelayanan yang lebih nyaman dan menyenangkan.
5. Maijo *Barbershop* perlu mempertahankan aspek-aspek yang telah dinilai baik oleh pelanggan karena terbukti mampu meningkatkan keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, promosi, citra merek, loyalitas pelanggan, lokasi, atau kualitas produk/jasa.
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian yang berbeda pada sektor jasa lainnya sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dengan karakteristik usaha yang berbeda.

3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian dan meningkatkan jumlah sampel agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.
4. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel moderasi atau variabel *intervening* lainnya untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.