

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, telah dihasilkan :

1. *Gap* layanan kuantitatif (Tabel 5.1),
2. Sebelas atribut kualitas layanan kritis (Tabel 5.3), dan
3. Merekomendasikan delapan langkah-langkah prioritas yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada lembaga pendidikan X (Tabel 5.4).

Namun demikian, integrasi ketiga metode ini bisa dikatakan cukup fleksibel dan dinamis. Fleksibel dalam arti mudah disesuaikan dengan sasaran penelitian yang ingin dilakukan. Pertanyaan-pertanyaan dalam *questionnaire* bisa diganti (tidak harus *SERVQUAL questionnaire*) dan disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai, kerangka kerja tetap bisa dijalankan tanpa kesulitan yang berarti. Bahkan kerangka kerja tersebut tidak statis tetapi dinamis, dalam arti bisa mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi seiring berjalannya waktu. Jika lembaga pendidikan X mengaplikasikan delapan langkah praktis seperti yang direkomendasikan dari hasil penelitian ini, maka paling tidak akan terjadi perubahan persepsi pelanggan. Dan jika dilakukan penelitian ulang setelah periode waktu tertentu, perubahan persepsi pelanggan ini tentunya akan mempengaruhi dan menghasilkan *gap* layanan yang baru, serta langkah-langkah prioritas strategis baru sebagai tanggapan dari atribut kualitas layanan kritis yang baru. Demikian

proses tersebut bisa dilakukan berulang secara periodik dengan keyakinan bahwa akan memberikan dampak positif.

Tindak lanjut penelitian yang perlu dipikirkan adalah membuat penelitian dengan semakin detail pada *Importance questionnaire* dan *Kano questionnaire*. Yaitu dengan membuat *questionnaire* untuk setiap 22 atribut kualitas layanan (tidak hanya 5 dimensi kualitas layanan), sehingga akan ada 22 pernyataan/pertanyaan untuk *Importance questionnaire* dan 44 pernyataan / pertanyaan untuk *Kano questionnaire*. Karena setiap atribut kualitas layanan perlu pertanyaan positif (functional) dan negatif (dysfunctional) untuk bisa mengkategorikannya dalam *Kano's multi-dimensional quality attributes*, lihat Tabel 2.1 dan Lampiran 2. Apakah akan dihasilkan perbedaan signifikan dibandingkan dengan hasil penelitian ini?

6.2 Saran:

1. Dengan terbatasnya sumber daya yang tersedia, maka lembaga pendidikan X perlu memperhatikan sebelas atribut kualitas layanan kritis yang dihasilkan dari penelitian ini. Karena atribut kualitas layanan ini adalah yang dibutuhkan pelanggannya berdasarkan faktor *importance rate*, faktor *gap* layanan (perbedaan antara layanan yang diharapkan dan diterima), dan juga faktor pengaruh *multi-dimensional* kategori Kano dari atribut kualitas tersebut terhadap tingkat kepuasan.
2. Delapan langkah praktis dengan skala prioritas yang diusulkan bisa dijadikan suatu program kerja. Dan setelah suatu periode waktu tertentu perlu dilakukan

evaluasi berupa penelitian ulang untuk mengetahui kemajuan atau peningkatan kepuasan pelanggan yang telah dicapai. Mengidentifikasi atribut kualitas layanan kritis baru, dan dirumuskan langkah-langkah prioritas berdasarkan *voice of customer* yang baru. Demikian seterusnya, proses tersebut bisa dilakukan secara periodik untuk semakin meningkatkan kualitas layanan. Penyampaian kualitas layanan akan semakin mendekati harapan pelanggan. Bahkan tidak menutup kemungkinan untuk melebihi harapan pelanggan, yang membuat pelanggan *delight*. Maka akan dihasilkan loyalitas pelanggan, penambahan pelanggan baru, pertumbuhan pendapatan yang terus menerus dan juga kemampuan laba jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, C., Blauth R., Boger, D., Bolster, C., Burchill, G., DuMouchel, W., et al. (1993). Kano's methods for understanding customer-defined quality. *Center for Quality Management Journal* (Fall), 3-35
- Besterfield, D. H., Besterfield-Michna, C., Besterfield, G. H., & Besterfield-Sacre, M. (1999). *Total Quality Management*, Second Edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Chen, C. H., Lu, P. W., & Chang, H. H. (2007). A Hybrid Method for Measuring Service Quality: An Empirical Investigation on Taiwan's KTV Industry. *The 2007 International Conference on Business Information*.
- Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*, Addison-Wesley, Reading, Massachusetts.
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S. (2003). *Business Research Methods*, Eighth Edition. New York: McGraw-Hill.
- Gorst, J., Kanji, G., & Wallace, W. (1998). Providing Customer Satisfaction. *Total Quality Management*, 9, 4/5, pp. 100-103
- Jasfar, Farida (2005). *Manajemen Jasa*, cetakan pertama, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Kano, N., Seraku, K., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. *Hinshitsu (Quality, The Journal of the Japanese Society for Quality Control)*, Vol. 14, No.2, pp. 39-48
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*, Thirteenth Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Li, J. H., Xu, L., & Wu, X. L. (2008). New Service Development Using Gap-based QFD: A Mobile Telecommunications Case. *International Journal of Services Technology and Management (IJSTM) Special Issue on: "Service Management in China"*
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2007). *Services Marketing, People, Technology, Strategy*, Sixth Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- Matzler, K. & Hinterhuber, H. H. (1998). How to make product development projects more successful by integrating Kano's model of customer satisfaction into quality function deployment. *Technovation*, Vol. 18 No1 1, pp 25-38

- Mikulic, J. (2007). The Kano Model – A Riview of its Application in Marketing Research from 1984 to2006, *Proceeding of the 1st International Conference Marketing Theory Challenges in Transitional Societies*, University of Maribor, pp. 87-96
- Parasuraman, A., Zeithami, A.V., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of SQ and Its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, pp. 41-50
- Parasuraman, A., Zeithami, A.V., &Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* , Vol. 64, pp 12-40
- Singh, V., Grover, S., & Kumar, A. (2008). Evaluation of Quality in An Educational Institute : A Quality Function Deployment Approach. *Educational Research and Review*, vol.3 (4), pp. 162-168. ISSN 1990-3839, 2008 *Academic Journals*.
- Sugiyono (2010), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Tan, K.C. & Pawitra, T.A. (2001). Integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for service excellence development. *Managing Service Quality*, Vol.11 No.6, pp.418-430
- Tjiptono, F., Chandra, Y., & Diana, A. (2004). *Marketing Scales*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2005). *Sevice, Quality Satisfaction*, Ed.1. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy (2008). *Service Management*, Yogyakarta: Andi
- Xie, M., Tan, K.C., & Goh, T.N. *Advanced QFD Applications*, googles ebook
- Yang, C. C. (2003). Establishment and aplication of the integrated model of service quality measurerment. *Managing Service Quality*, 13 (4), pp. 149-161
- Yang, C. C.. (Desember 2005). The Refined Kano's Model and its Application. *Total Quality Management*, Vol.16, No. 10, 1127-1137.
- Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing, Integrated Customer Focus Accros The Firm*, Third Edition. New York: McGraw-Hill

Zisis, P., Garefalakis, A., & Sariannidis, N.(2009). The Application of Performance Measurement in the Service Quality Concept: The case of a Greek Service Organization. *Journal of Money, Investment and Banking*, ISSN 1450-288X Issue 9.