

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis metode yang digunakan yaitu metode analisis data *servqual* dan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dapat ditarik Kesimpulan bahwa penelitian dilakukan dengan menguji 19 indikator dalam variabel *muslim friendly service* yang terbagi menjadi empat dimensi (Pengetahuan dan Kesadaran, Produk Layanan, Sarana Prasarana, dan Kepatuhan dan Etika Syariah). Kuesioner disebarakan kepada 110 responden dari berbagai tingkat usia, pendidikan, pekerjaan, status, dan asal tinggal. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa:

1. Indikator *Muslim Friendly Services* yang diterapkan di *daarul jannah cottage* sudah diterapkan secara keseluruhan. Tingkatan skor kinerja ditemukan dalam *Importance Performance Analysis*. Tingkatan kinerja tersebut terbagi di 4 kuadran, dengan 4 atribut (pelayanan syariah, pelayanan informasi, sapaan islami, ruang cukup untuk ibadah) berada dalam kuadran I (prioritas utama), 8 atribut (makanan halal, minuman halal, kebersihan teras, kamar dan taman, pakaian syariah, kebersihan alat makan, dan keramahan karyawan) dalam kuadran II (pertahankan), 5 atribut (perbankan syariah, ketanggapan karyawan, aturan, ketegasan karyawan, restoran halal) dalam kuadran III (prioritas rendah), dan 2 atribut (kamar ramah muslim, alat sholat) dalam kuadran IV(berlebihan).
2. Kepuasan pelanggan yang dipengaruhi kualitas pelayanan berbasis *muslim friendly services* bernilai positif. Hal ini sejalan dengan analisis GAP (*Servqual Method*) yang menghasilkan bahwa secara keseluruhan, pelanggan puas dengan skor *gap* bernilai positif yaitu 0,07. *Gap* yang bernilai positif mendeskripsikan bahwa tingkat persepsi atau pelayanan yang diterima lebih besar dari tingkat ekspektasi atau pelayanan yang diharapkan. Lebih rinci

nilai *gap* negatif terdapat dalam dua dimensi yaitu dimensi produk layanan dan kepatuhan etika syariah. Dua dimensi lainnya menghasilkan nilai *gap* positif yaitu dalam dimensi pengetahuan dan kesadaran, dan sarana prasarana.

3. Hasil *R Square* menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan berbasis *muslim friendly services* terhadap kepuasan pelanggan bernilai 52.7%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dari *muslim friendly service* dalam kategori moderat. 42.3% lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, tidak disebutkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan *muslim friendly services* di *daarul jannah cottage* yaitu sebagai berikut.

1. Tingginya tingkat kebutuhan dan ekspektasi pelanggan terhadap makanan halal yang dibuktikan dengan skor *gap*, sebaiknya *daarul jannah cottage* mengajukan sertifikasi halal mengenai makanan, minuman, dan pelayanan sebagai tindak lanjut dari preferensi pelanggan terhadap atribut tersebut.
2. Masih adanya indikator yang kinerjanya belum sempurna, sebaiknya pelatihan *muslim friendly services* diberikan kepada seluruh karyawan sebagai penunjang terlaksananya *muslim friendly services* secara optimal.
3. Keterbatasan penelitian mengenai pengaruh yang belum cukup signifikan, bisa menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya untuk menyempurnakan temuan dan memberikan dampak lebih nyata terhadap *daarul jannah cottage*.
4. *Daarul jannah cottage* bisa terus berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan *muslim friendly services* untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

5. Mengacu pada nilai presentasi pengaruh *muslim friendly services* terhadap kepuasan pelanggan yang moderat, penelitian selanjutnya bisa menganalisis variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan baik dalam lingkup pemasaran, merek, manajemen, ataupun lainnya.