

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut

1. Analisis faktor dalam penelitian ini mampu meringkas data yang ada dari 28 variabel menjadi 9 (sembilan) faktor, dengan rotasi varimax melalui iterasi sebanyak 3 kali. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan latihan musik di Deandge Studio Musik Semarang adalah:
 - a. Faktor layanan karyawan, dengan variabel di dalamnya yaitu: petugas bertindak *responsive*, petugas operator professional dan petugas studio musik bersikap ramah
 - b. Faktor Alat musik, *Sound system* dan Alat pelengkap lainnya, dengan variabel di dalamnya yaitu : fasilitas peralatan musik berkualitas, fasilitas peralatan musik bermerk terkenal, fasilitas *sound system* berkualitas, fasilitas *sound system* bermerk terkenal, peralatan musik terawat dengan baik, peralatan pendukung alat musik berfungsi dengan baik
 - c. Faktor Informasi Studio Musik, dengan variabel di dalamnya yaitu : mendapat informasi studio musik dari orang lain yang pernah latihan, mendapat informasi studio musik dari spanduk dan mendapat informasi studio musik dari brosur

- d. Faktor Fasilitas Pendukung Studio Musik, dengan variabel di dalamnya yaitu : area parkir luas, fasilitas ruang tunggu dan fasilitas toilet
 - e. Faktor Keamanan, dengan variabel di dalamnya yaitu : keamanan di dalam studio musik dan keamanan di luar studio musik
 - f. Faktor Kondisi dan Tata Ruang Studio Musik, dengan variabel di dalamnya yaitu : kebersihan studio musik ruangan studio dilengkapi dengan AC, ruangan studio dilengkapi dengan dinding peredam suara dan tata ruang studio yang baik
 - g. Faktor Lokasi, dengan variabel di dalamnya yaitu : lokasi studio musik strategis dan lokasi dapat di capai dengan biaya yang ekonomi
 - h. Faktor Ketepatan Waktu, dengan variabel di dalamnya yaitu :jam latihan tepat waktu dan durasi latihan sesuai pesanan
 - i. Faktor Harga, faktor ini hanya terdiri dari satu variabel yaitu harga studio musik sesuai dengan fasilitas
2. Faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam memilih Deandge Studio Musik sebagai tempat latihan musik adalah faktor layanan karyawan. Berdasarkan variabel di dalamnya faktor ini menyangkut kaprofesionalan, keramahan dan ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Deandge Studio Musik Semarang dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Karena layanan karyawan menjadi faktor paling diperhatikan konsumen, maka pihak manajemen studio musik harus tetap menjaga hubungan baik dengan konsumennya. Selain itu juga, karena sektor bisnisnya adalah jasa maka keprofesionalan pelayanan harus tetap ditingkatkan. Karyawan sebaiknya tetap mendapat pelatihan dan pendidikan secara berkala, karena bisnis ini menyangkut teknologi yang terus berkembang dengan cepat.
2. Untuk peralatan musik, *sound system* dan peralatan pendukung lainnya, pihak mangement studio musik harus tetap menjaga kualitas peralatan dengan cara perawatan yang rutin serta tetap dilakukan peremajaan peralatan secara berkesinambungan.
3. Untuk Promosi, pihak manajemen sebaiknya meninjau kembali kegiatan promosi yang dilakukan. Berdasarkan penelitian ini, promosi yang dilakukan kurang efektif hal ini ditunjukkan masih banyak konsumen yang belum mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan pihak manajemen studio musik. Atau sebagian besar informasi tentang studio musik didapatkan konsumen melalui promosi dari mulut ke mulut.
4. Untuk fasilitas pendukung studio musik, ruang tunggu yang disediakan perlu dilengkapi fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen saat menunggu atau pun saat selesai latihan seperti dilengkapi

dengan televisi atau sarana hiburan lainnya yang membuat konsumen tidak bosan menunggu. Area parkir yang dimiliki juga sudah cukup baik namun penataan kendaraan sebaiknya dilakukan seefektif mungkin, agar lebih terkesan luas dan konsumen bisa meletakkan kendaraannya dengan nyaman. Kebersihan toilet juga tetap dijaga dan dibersihkan secara rutin guna menjaga kenyamanan dari konsumen.

