

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesibukan masyarakat khususnya Mahasiswa dan Pegawai kantoran yang menghabiskan waktunya 12 jam dalam 1 hari memutuskan menggunakan jasa laundry untuk meringankan aktivitas dirumah. Dari hasil penelitian, para calon pelanggan pengguna jasa *laundry* mereka membutuhkan 5 tahapan dalam menentukan proses keputusan pembelian terkait jasa mana yang akan mereka pakai, seperti pengenalan masalah, pencarian informasi evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan yang terakhir pasca pembelian. Dalam 5 tahap tersebut dapat menentukan calon pelanggan dalam pembelian jasa secara berulang. Dalam penelitian ini juga melihat bagaimana para pemilik usaha *laundry* dalam mengelola hubungan dengan konsumen dalam memberikan pelayanan dan mengatur komunikasi dengan pelanggan agar para pelanggan tetap menggunakan jasa mereka. Hal ini merupakan salah satu cara untuk mempertahankan usaha jasa *laundry* tersebut, dan juga bagaimana para pemilik usaha dalam mempromosikan usaha mereka agar para calon pelanggan dapat tertarik dalam menggunakan jasa mereka.

Dari hasil penelitian yang didapat bahwa para calon pelanggan benar-benar melakukan pencarian informasi terkait jasa laundry mana yang akan mereka gunakan, baik melalui saran yang di berikan melalui teman atau mencari sendiri terkait informasi jasa *laundry* yang akan mereka gunakan. Dari hasil wawancara pemilik usaha *laundry* yang ditemukan, bahwa mereka hanya menggunakan satu media sosial yaitu *whatsapp* dalam melakukan promosi dan komunikasi kepada pelanggan guna mempertahankan usaha mereka.

5.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan melihat realita di lapangan, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu:

1. Bagi pemilik usaha Ansila dan Jawad *Laundry*, penulis berharap saran dari skripsi ini menjadi bahan perbaikan untuk lebih baik lagi ataupun para pelaku usaha *laundry* lainnya. Penulis memberikan saran agar menggunakan pemilik usaha *laundry* lebih banyak lagi sosial media yang digunakan seperti *instagram*, *facebook* serta media yang lainnya untuk membantu proses komunikasi bersama pelanggan dan promosi yang dilakukan agar lebih maksimal. Promosi yang terjadwal agar sosial media yang gunakan tetap berjalan efektif.
2. Bagi akademis, peneliti berharap skripsi ini bisa menambah wawasan dan keilmuan khususnya di kajian bidang ilmu komunikasi dalam pelayanan dan pengelolaan hubungan, para bagi calon peneliti berikutnya diharapkan agar melakukan observasi lebih lama agar mendapatkan hasil yang memuaskan, dan hasil penelitian juga mendapatkan hasil dari pandangan yang berbeda.