

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Peran Pelayanan Prima *Event Organizer* dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada CV. Mulia *Edutainment* Kota Kediri maka dapat disimpulkan bahwa:

#### 1. Penerapan Pelayanan Prima CV. Mulia *Edutainment* Kota Kediri

CV. Mulia *Edutainment* menerapkan pelayanan prima dengan mengacu pada lima dimensi kualitas layanan SERVQUAL yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Perusahaan menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap seperti transportasi modern, konsumsi, dokumentasi, sertifikat, dan souvenir guna menunjang kenyamanan peserta. Karyawan yang bertugas telah dibekali pelatihan secara rutin baik dari sisi teknis maupun psikologis agar mampu berinteraksi dengan peserta secara edukatif dan menyenangkan. Kegiatan disusun dengan rencana yang matang dan terorganisir melalui itinerary yang jelas, didukung oleh sistem komunikasi yang efektif dan konsultatif kepada konsumen. Selain itu, perusahaan juga responsif terhadap kebutuhan dan keluhan peserta sehingga menciptakan pelayanan yang ramah, solutif, dan penuh perhatian. Penerapan pelayanan prima ini bukan hanya dilaksanakan secara teknis, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai islami seperti keikhlasan, kesantunan, dan tanggung jawab.

#### 2. Peran Pelayanan Prima Event Organizer dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen CV. Mulia *Edutainment* Kota Kediri

Pelayanan prima memiliki peran signifikan dalam membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen di CV. Mulia *Edutainment*. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pelanggan setia dari tahun ke tahun. Konsumen merasa dihargai dan diperhatikan, baik secara individu maupun kelembagaan. Pendekatan pelayanan yang edukatif, interaktif, dan personal mendorong terjadinya hubungan emosional yang kuat antara perusahaan dan konsumen. Selain itu, adanya variasi paket, program yang selalu diperbarui, serta pemberian benefit seperti cashback dan dokumentasi profesional, turut meningkatkan kepuasan konsumen. Pelayanan yang konsisten dari pra hingga pasca kegiatan memperkuat kepercayaan konsumen dan memotivasi mereka untuk menggunakan kembali layanan yang sama di tahun berikutnya. Dengan demikian pelayanan prima menjadi salah satu faktor kunci yang mendukung terciptanya loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil temuan dan analisis dalam penelitian ini, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi CV. Mulia *Edutainment* disarankan untuk terus mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan prima yang telah diterapkan dengan konsisten terutama pada lima dimensi SERVQUAL *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* yang terbukti efektif dalam membangun loyalitas konsumen. Perusahaan juga dapat memperkuat aspek *personalized service* melalui pelatihan lanjutan bagi karyawan agar mampu memahami dinamika kebutuhan setiap konsumen secara lebih mendalam.

Selain itu, inovasi dalam program edukatif perlu terus dilakukan agar konsumen mendapatkan pengalaman baru yang relevan dan menyenangkan. Penguatan evaluasi layanan secara periodik juga penting agar perusahaan mampu mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki secara cepat dan tepat.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian secara lebih mendalam dan komprehensif guna menyempurnakan penelitian yang telah ada mengingat studi ini memiliki keterbatasan baik dalam ruang lingkup maupun variabel yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada peran pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas konsumen namun ke depan dapat diperluas tidak hanya pada dimensi kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen melainkan juga mencakup variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas seperti kualitas program edukatif, motivasi kerja karyawan, budaya organisasi, kepuasan atas pengalaman layanan, kondisi lingkungan kerja, hingga efektivitas komunikasi internal perusahaan. Dengan memperluas cakupan variabel tersebut diharapkan hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis yang lebih kuat dalam pengembangan strategi manajerial di sektor jasa *event organizer* edukatif.