

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil sajian data dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung Ty mengenai pelayanan yang cukup memuaskan meliputi fasilitas dan kapster yang melayani sangat ramah kepada pelanggan di Arfa Barbershop. Informan Rz mempersepsikan bahwa poster memberikan pesan tentang kebersihan dan kenyamanan gerai lebih diutamakan. Informan Yg mempersepsikan bahwa pelayanan yang baik. Hr mempersepsikan pesan pada poster menjelaskan pelayanan di Arfa Barbershop. Informan An mempersepsikan bahwa kerapian hasil pangkas rambut diperhatikan. Informan Ad mempersepsikan bahwa pertanggungjawaban kepada pelanggan akan kebersihan rambut. Ft mempersepsikan bahwa pelayanan yang memuaskan seperti pangkas rambut yang sudah satu paket dengan cuci rambut, vitamin dan pijat kepala.

Hasil penelitian ini mendapatkan faktor-faktor yang terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal meliputi kebutuhan, para informan mengunjungi gerai dengan tujuan untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan, kenyamanan, kebersihan, kesegaran, dan kesesuaian hasil pangkas rambut. Selanjutnya terdapat Faktor pengalaman, berdasarkan pengalaman informan mempersepsikan poster sesuai dengan pelayanan misalnya poster 5 yang berisi pesan kami wajib memperlihatkan hasil potong rambut hingga belakang kepala dan pesan pada poster mengenai penggunaan silet sekali pakai.

Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi antara lain, kontras. Warna pada poster terlihat kontras seperti ungkapan beberapa informan yang menjelaskan warna pada poster menarik dengan 2 perpaduan warna. Faktor selanjutnya yaitu intensitas, beberapa informan berkunjung di Arfa Barbershop lebih dari 2 kali sehingga tingkat intensitas membaca mempengaruhi persepsi. Selain itu beberapa informan berkunjung dari tahun 2015. Hal tersebut berkaitan dengan intensitas membaca pesan poster akan memberi makna lebih jika sering di perhatikan.

B.Saran

1. Saran kepada Barbershop

- a. Poster lebih komunikatif seperti gambar pada poster lebih diperhatikan. Gambar pada poster lebih mencerminkan gambar yang sesuai dengan isi pesan yang disampaikan agar para pengunjung di Arfa Barbershop dapat cepat mengerti makna poster yang disampaikan.
- b. Huruf pada poster lebih diperbesar agar mudah dibaca.
- c. Penempatan poster di Arfa Barbershop disesuaikan dengan tempat seperti poster struk pembayaran lebih baik ditempatkan di dekat tempat pembayaran.

2. Saran kepada peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif, disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai persepsi poster terhadap pengunjung di Barbershop dengan menggunakan pendekatan kuantitatif agar responden yang diteliti bisa lebih banyak melibatkan responden.