

BAB V

Kesimpulan dan Saran

Pada bab 5 ini akan diberikan suatu konklusi, implikasi dan rekomendasi berdasarkan pada uraian dan pembahasan pada bab-bab terdahulu. Selanjutnya konklusi, implikasi dan rekomendasi ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan bagi badan usaha bersangkutan dalam menghantarkan layanan bagi pelanggan di masa yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data keseluruhan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di *Venus foodcourt*. Hal ini terlihat dari hasil analisis regresi linier dengan persamaan regresi yang bernilai positif, berarti hubungan yang positif atau apabila kualitas layanan naik, maka kepuasan pelanggan juga akan naik. Besarnya kenaikan kepuasan pelanggan yang diakibatkan oleh kenaikan kualitas layanan ditunjukkan dari koefisien regresi sebesar 0,425 berarti apabila kualitas layanan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan skor persepsi maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,425 satu satuan skor persepsi.

Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,528 menunjukkan variasi variabel kualitas layanan mampu menjelaskan variasi variabel kepuasan pelanggan *Venus foodcourt* sebesar 52,8%. Sedangkan sisanya sebesar 47,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak teramati.

Dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada 230 responden diperoleh hasil tanggapan responden terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan Venus *foodcourt*. Hasil tanggapan responden mengenai kualitas layanan Venus *foodcourt* berasal dari 15 pernyataan mengenai dimensi kualitas layanan.

Dari hasil tanggapan responden terhadap kualitas layanan Venus *foodcourt* dapat dilihat dimensi kualitas layanan menurut responden paling menggambarkan layanan yang berkualitas dari Venus *foodcourt* adalah dimensi *reliability* yaitu “layanan karyawan Venus *foodcourt* dapat diandalkan”. Hal ini berarti layanan karyawan selama ini dipersepsikan dapat diandalkan oleh pelanggan dan sangat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan Venus *foodcourt*.

Kuesioner untuk mengukur tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan Venus *foodcourt* terdiri dari 8 pernyataan mengenai dimensi kepuasan pelanggan. Dimensi kepuasan pelanggan yang menurut responden paling menggambarkan kepuasan pelanggan terhadap layanan Venus *foodcourt* adalah “ketepatan karyawan dalam memberikan layanan”. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan dapat memberikan layanan yang tepat. Ketepatan layanan yang diberikan karyawan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan sehingga terbentuk kepuasan pelanggan atas layanan Venus *foodcourt*.

5.2 Implikasi Manajerial

Venus *foodcourt* hendaknya memperhatikan kesesuaian jenis pelayanan agar sesuai dengan yang dijanjikan oleh pegawai, supaya tidak menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap Venus *foodcourt* di masa mendatang. Sebaiknya

pihak manajemen terus berusaha melakukan pelatihan kepada para karyawan secara kontinu agar tidak menimbulkan kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Lebih jauh, saran bagi Venus *foodcourt* dalam kaitannya dengan dimensi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Memperbaiki daya tarik tempat makan secara visual, dengan memperbaiki tata letak, desain interior dan eksterior serta kelengkapan peralatan dan perlengkapan supaya mendukung layanan salon bagi pelanggan.
2. Menekankan layanan yang dapat diandalkan, konsisten dan tepat sesuai yang dijanjikan sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan akan layanan yang berkualitas
3. Menekankan tanggung jawab bagi para karyawan agar mampu memberikan layanan yang baik dengan tidak menimbulkan kesalahan di kemudian hari.
4. Memberikan jaminan akan layanan yang berkualitas sehingga pelanggan benar-benar yakin dengan layanan *foodcourt* yang berkualitas.
5. Memberikan perhatian penuh dan pribadi kepada para pelanggan sehingga pelanggan merasa sebagai bagian terpenting dalam layanan.
6. Meningkatkan kinerja atribut-atribut yang terkait dengan produk tambahan atau pelengkap dari layanan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.
7. Meningkatkan kinerja atribut-atribut yang terkait dengan layanan utama sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

8. Meningkatkan kinerja atribut-atribut terkait dengan pembelian layanan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dengan layanan dan kinerja dari para karyawan.

5.3 Keterbatasan Riset

Dalam melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, penulis melakukan riset pada satu lokasi, yakni Venus *foodcourt* sehingga terdapat keterbatasan dalam mengambil kesimpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Terfokus pada variabel kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, nyatanya masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Terfokus pada satu lokasi *foodcourt*, nyatanya terdapat banyak lokasi untuk mengetahui kepuasan pelanggan.
3. Terfokus lebih kepada tempat makan, nyatanya kepuasan pelanggan tidak hanya didapat di tempat makan dan karena makanan semata.
4. Pernyataan terfokus pada kualitas layanan *foodcourt*, nyatanya masih banyak faktor penentu kepuasan pelanggan yang datang ke *foodcourt*.
5. Pernyataan dalam kuesioner merupakan hasil terjemahan dari bahasa Inggris ke Indonesia.

5.4 Saran Untuk Riset Selanjutnya

Dengan mempertimbangkan banyaknya keterbatasan dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini ternyata dimensi kualitas pelayanan hanya merupakan salah satu variabel yang signifikan. Bisa dikatakan pengaruh kualitas pelayanan tidak terlalu besar sehingga kurang memberi solusi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung *Venus foodcourt+*. Pada penelitian selanjutnya dapat diteliti dimensi lain yang mungkin pengaruhnya lebih besar. Salah satunya adalah dimensi *personal factor* (referensi teori dari Valarie A. Zeithaml).
2. Jika tetap ingin meneliti tentang pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan, dapat ditambahkan faktor *lokasi* dalam variabel *tangibles*.
3. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan *judgement sampling* yang sifatnya lebih fokus terhadap responden dengan kategori tertentu untuk menghindari bias generalisasi dan heteroskedastisitas model regresi berganda.