

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kafe “X” di kota Bandung, yaitu :

1. Seluruh konsumen atau 100% konsumen menghayati ketidakpuasan pada kualitas pelayanan jasa di Kafe “X”. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 100% konsumen menghayati kualitas pelayanan jasa di Kafe “X” yang diterima belum memenuhi harapan konsumen.
2. Jika dilihat lebih lanjut berdasarkan keterkaitan antara ketidakpuasan konsumen dengan tiap aspek kualitas pelayanan jasa di Kafe “X”, diketahui bahwa ketidakpuasan terbesar konsumen berada pada aspek *tangible* yakni sebesar 100% atau seluruh konsumen, diikuti dengan ketidakpuasan terhadap aspek *assurance* yakni sebesar 97%. Selanjutnya sebanyak 93% konsumen menyatakan ketidakpuasan pada aspek *empathy*, dilanjutkan dengan ketidakpuasan pada aspek *reliability* sebesar 70% dan *responsiveness* sebesar 47%.
3. Faktor- faktor ini yang berkaitan dengan ketidakpuasan konsumen adalah faktor *word of mouth*, *implicit service promises*, *explicit service promises*,

*enduring service intersifiers, personal needs, past experience, transitory service intersifiers*. Dimana faktor- faktor tersebut yang membangun harapan konsumen pada pelayanan Kafe “X”. Faktor lain yang berkaitan dengan ketidakpuasan konsumen adalah *image*, dimana faktor tersebut menggambarkan ketidakpuasan yang tampak pada kenyataan pelayanan yang diterima atau pengaruh pada *perceived service*.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas dan dengan menyadari adanya keterbatasan pada hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti merasa perlu untuk mengajukan beberapa saran, yaitu:

### **5.2.1 Saran Teoretis**

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk memperkaya ilmu psikologi industri dan organisasi, khususnya psikologi konsumen.
2. Perlu dipertimbangkan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen.
3. Perlu dipertimbangkan untuk melakukan penelitian yang mengkaji lebih lanjut mengenai aspek-aspek kepuasan konsumen dengan faktor- faktor yang mempengaruhinya.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam Kafe "X" disarankan untuk :
  - menggarap fasilitas fisik (*tangible*) seperti memperluas lahan parkir, menata ruangan kafe agar tampak menarik, melakukan penataan ulang sehingga memuat lebih banyak kursi, dan penampilan karyawan yang rapi seperti karyawan yang diberikan seragam.
  - meningkatkan kualitas dalam pelayanan yang sopan dan ramah (*assurance*) seperti memberikan pelatihan dan *coaching* mengenai etiket, tata bahasa yang baik pada karyawan sehingga tata cara pelayanan seperti mendengarkan konsumen pada Kafe "X".
  - meningkatkan rasa kepedulian atau perhatian (*empathy*) dengan memberikan pelatihan dan *coaching* sehingga karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen seperti karyawan memberikan teh kepada konsumen yang berkelebihan minuman alkohol meskipun konsumen tidak memintanya.
  - memberikan pelatihan dan *coaching* mengenai produk apa saja yang dijual (*product knowledge*) agar dapat dipahami sepenuhnya oleh karyawan untuk meningkatkan kecepatan dalam melayani konsumen (*reliability*).
  - meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal pemahaman kebutuhan konsumen Kafe "X" disarankan untuk menyediakan kotak kritik dan saran bagi konsumen dan secepatnya melakukan perbaikan terhadap kritik dan

saran dari konsumen tersebut agar tercapai pelayanan yang maksimal (*responsiveness*).