

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian ini ditarik kesimpulan yaitu :

1. Dari hasil wawancara yang telah di teliti, dapat di simpulkan bahwa rumah makan D'cost pelaksanaan kualitas pelayanannya bisa diterima oleh konsmen karena pelayanannya yang ramah, cepat, harga dan mutu terjangkau, tidak hanya itu D' cost mengambil *seafood* (ikan, kepiting, udang, kerang, cumi) dan minuman (buah-buahan) di ambil dari suplier yang terjamin kesehatannya.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan D'cost Bandung, sehingga kedua variable itu dapat dijadikan sebagai faktor penunjang bagi kualitas pelayanan. Oleh sebab itu, semakin tinggi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan D'cost Bandung maka akan semakin besar kualitas pelayanan. Konstibusi tersebut akan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan D'cost Bandung
3. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang kurang besar dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan yang makan D'cost di. Seandainya D'cost mau meningkatkan kualitas pelanyananya, maka pelanggan akan bertambah lebih banyak lagi dan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.

Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen di D'cost yaitu Nilai t tabel untuk $Dk = 30$ ($dk = 32-2$) diperoleh 2.042. Dari perhitungan, t hitungnya adalah 3.289. Ini berarti bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ sehingga memang terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. (yang berarti regresinya kuat). Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di D'cost adalah 86%, sedangkan 14% dipengaruhi oleh faktor lain di luar kualitas pelayanan.

Uji hubungan signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen "D'cost".

5.2 Saran

Saran dari penulis :

1. Perusahaan sebaiknya selalu mengadakan survei kepada konsumen, sehingga perusahaan selalu mengetahui posisi mereka dimata konsumen, serta senantiasa mendengarkan keluhan konsumen dimana pihak manajemen harus cepat tanggap terhadap masukan-masukan dari pihak konsumen. Dan senantiasa mendengarkan dan berkomunikasi dengan para pelanggannya, dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, kreatif dan inovatif. Hal ini merupakan salah satu cara memenangkan persaingan diantara perusahaan sejenis.

2. Memberikan *training* atau pelatihan kepada pramusaji yang bertujuan untuk melatih, menguasai produk yang ada dan dapat melakukan tugasnya dengan baik.
3. Mengadakan *briefing* harian atau mingguan mengenai tugas dan tanggungjawab masing-masing serta membahas kegiatan operasional D'Cost sehari-hari.