

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan sejak pengumpulan data hingga pembahasan, maka penulis mempunyai beberapa kesimpulan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut :

a. Terhadap dimensi bukti fisik ( *tangible* )

Desain eksterior café mendapat penilaian yang baik di mata konsumen. Penerangan café juga dirasa sudah baik oleh konsumen. Begitu pula dengan penataan jarak antar meja yang tidak sesak dan seragam yang dikenakan karyawan juga dinilai baik oleh konsumen. Hal ini mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan.

b. Terhadap dimensi keandalan ( *reliability* )

Kualitas makanan yang terjaga, kemampuan karyawan untuk menjelaskan makanan dengan baik sudah dimiliki oleh café ini. Konsumen pun tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan meja, hanya pada saat-saat tertentu ( seperti pada akhir pekan atau pada saat banyaknya pengunjung café ) konsumen perlu menunggu untuk mendapatkan meja. Hidangan yang sesuai dengan permintaan dirasakan sudah baik oleh konsumen. Dimensi ini tidak mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan.

c. Terhadap dimensi daya tanggap (*responsiveness*)

Kecepatan hidangan yang datang sudah cukup baik. Begitu pula untuk kemudahan mencari karyawan dan ketanggapan karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen dirasakan sudah cukup baik. Dimensi ini juga tidak mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan.

d. Terhadap jaminan (*assurance*)

Kesopanan dan keramahan karyawan sudah dinilai baik oleh konsumen. Juga pelayanan yang membuat konsumen merasa senang telah berhasil dilakukan. Dalam hal tidak ada kesalahan perhitungan pada bon dirasakan telah dilakukan dengan baik. Dimensi ini merupakan dimensi yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan.

e. Terhadap empati (*empathy*)

Karyawan yang sangat memahami kebutuhan konsumen dinilai baik oleh konsumen. Ketika konsumen mengeluh, karyawan dapat menyelesaikan dengan baik. Perhatian yang diberikan sudah baik dan konsumen merasa dihargai. Dimensi ini tidak mempengaruhi kepuasan secara signifikan.

f. Terhadap besarnya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan ( variabel X )

dengan variabel kepuasan konsumen ( variabel Y ) :

- Dari hasil perhitungan dengan analisis koefisien korelasi Pearson diperoleh nilai sebesar 0,658 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y pada Café Halaman.

- Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 43,3 % dengan tingkat signifikansi 0,05 sedangkan sisanya 57,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Saran yang diberikan diharapkan menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi Café Halaman dalam memberikan pelayanan, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Dari hasil penelitian mengenai mengenai kualitas pelayanan terdapat beberapa elemen yang masih harus diperhatikan oleh pihak manajemen Café Halaman, yaitu :

- a. Diupayakan agar konsumen tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan meja.
- b. Kecepatan hidangan yang dipesan. Begitu juga dengan hidangan tambahan yang dipesan.
- c. Café Halaman perlu memberikan perhatian khusus dengan cara selalu melakukan evaluasi dan perbaikan, karena harus disadari bahwa *word of mouth* dalam bisnis jasa ini sangat penting dan tidak boleh diabaikan begitu saja.
- d. Mengkoordinasikan parking man dengan baik agar tidak terjadi kemacetan.
- e. Mengadakan *live music* secara berkala untuk sebagai sarana hiburan yang menarik.

*f.* Mengetahui bahwa penelitian ini sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, maka penulis menganjurkan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang disebut “faktor lain”, seperti faktor lingkungan, social budaya, dan psikologis.