

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuesioner dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari responden pria sebesar 54% dan responden wanita sebesar 46%, sebagian besar responden juga berusia antara 21- 35 tahun sebesar 51%, berstatus pelajar atau mahasiswa 38%. Mayoritas responden merupakan penduduk kota Bandung 91% yang juga sebagian besar mengeluarkan uang untuk makan di luar rumah perbulannya kurang dari Rp. 500.000,-. Pengunjung kafe Double Steak sebagian besar merupakan konsumen yang melakukan pembelian ulang, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah responden yang telah berkunjung ke kafe ini sebanyak 2-3 kali sebesar 54%. Sebanyak 59% responden telah mengenal kafe Double Steak lebih dari 5 bulan, informasi mengenai kafe Double Steak responden dapatkan sebagian besar dari kenalan atau kerabat sebesar 76%. 47% Konsumen kafe ini biasanya berkunjung untuk menyantap makan malam.

2. Berdasarkan analisis kuantitatif tingkat kepuasan responden terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima dapat diketahui bahwa secara keseluruhan perbandingan antara responden yang merasa puas dan sangat puas sebesar 56% lebih tinggi daripada responden yang merasa cukup puas, tidak puas dan sangat tidak puas sebesar 44%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden atau konsumen kafe Double Steak merasa puas atas kualitas pelayanan yang diberikan.
3. Dalam analisis sikap konsumen kafe Double Steak secara kuantitatif dapat diketahui bahwa 51% responden akan bersantap lagi di kafe Double Steak dan sebesar 40% mungkin akan merekomendasikan kepada kenalan atau kerabat, lalu sebesar 53% responden menjawab mungkin untuk tetap memilih kafe Double Steak. Responden juga menjawab mungkin sebesar 73% untuk merayakan acara istimewa di kafe Double Steak. Untuk berkunjung kembali diketahui bahwa sebanyak 45% responden akan mengajak kenalan atau kerabatnya. Apabila terjadi hal buruk atau yang tidak diinginkan maka respon menjawab mungkin yaitu sebesar 57% untuk tidak merekomendasikan kepada orang lain. Responden sebesar 58% menyatakan tidak akan mengatakan hal buruk pada orang lain.
4. Dalam analisis kuantitatif untuk mengetahui apakah dimensi-dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap sikap konsumen pasca pembelian, maka digunakan pengujian koefisien regresi untuk subvariabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang diperoleh nilai signifikansi p-

value lebih kecil dari $\alpha = 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa subvariabel tersebut berpengaruh terhadap sikap konsumen. Sementara pada subvariabel *tangible* diperoleh nilai signifikansi p-value lebih besar dari $\alpha = 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa subvariable *tangible* tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen pasca pembelian.

5. Dalam pengujian model secara keseluruhan berdasarkan hasil ANOVA, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil $\alpha = 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen.
6. Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel X terhadap Y, maka dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 45,8%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 45,8% terhadap sikap konsumen pasca pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak kafe Double Steak makin meningkatkan kualitas pelayanan karyawannya, khususnya pramusaji yang berhadapan langsung dengan konsumen, yaitu dengan memberikan pelatihan secara lebih intensif untuk meminimalisasi adanya kesalahan terhadap pelayanan yang diberikan, misalnya supervisor setiap harinya selalu mengadakan *briefing* sebelum dan

sesudah jam kerja kepada karyawannya, terutama apabila ada informasi yang perlu karyawan ketahui, misalnya ada penambahan menu makanan atau minuman baru atau ada penawaran promosi tertentu.

2. Untuk mengatasi masalah parkir kendaraan, penulis menyarankan agar pihak kafe Double Steak mencoba untuk bekerjasama dengan pemilik rumah atau lahan di sekitar kafe yang mungkin dapat dijadikan untuk lahan parkir kendaraan, sehingga diharapkan agar konsumen nantinya akan lebih untuk memarkir kendaraannya. Kafe Double Steak juga disarankan untuk kedepannya kafe dapat diperluas, mengingat semakin banyaknya konsumen yang datang untuk bersantap dan juga agar jarak antar meja dapat lebih lega, sehingga dapat membuat konsumen menjadi lebih nyaman.
3. Untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen pihak kafe Double Steak juga dapat memberikan promosi khusus bagi pelanggan setianya, misalnya dengan memberikan diskon harga atau penawaran tambahan secara cuma-cuma. Agar lebih dikenal masyarakat kafe Double Steak juga perlu lebih gencar lagi dalam melakukan promosi, seperti memasang iklan radio, membagikan brosur atau pamflet, dan memasang iklan di koran, terutama pada saat hari libur atau hari besar.