

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini lebih menganalisis mengenai posisi strategik berdasarkan kualitas jasa *Food Court* kampus sehingga dapat mengetahui pelayanan yang diberikan oleh suatu *food court* kampus apakah sudah sesuai dengan keinginan konsumen dan akhirnya dapat memuaskan konsumen. Dengan kata lain, penelitian ini lebih menganalisis mengenai hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan serta dipertahankan oleh suatu *food court* kampus sehingga dapat menunjang kemajuan bisnis.

Penelitian ini lebih memfokuskan pada *food court* kampus di UK. Maranatha dan sampel yang digunakan sebanyak 249 orang dengan kriteria semua orang yang pernah makan di *food court* ini. Sedangkan indikator yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari Aigbego & Parameswaran (2004) mengenai atribut kualitas jasa *food court* kampus yang mana telah diuji oleh peneliti awal mengenai keakuratan dari instrumen ini. Oleh karena itu, penelitian ini lebih menguji mengenai kekonsistenan instrumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa setiap atribut kualitas jasa food court UK. Maranatha terdapat di kuadran A dan B. Kuadran A (*concentrate here*) merupakan kuadran yang perlu diperbaiki atau

ditingkatkan oleh pemasar yang mana kuadran ini meliputi atribut kualitas jasa pada nomer indikator di dalam kuesioner yang terdiri dari: 8,9,10,11,15,16,17,18,19,20.

Sedangkan kuadran B (*keep up the good job*) merupakan kuadran yang perlu dipertahankan karena *food court* sudah memberikan yang terbaik pada konsumen yang mana kuadran ini meliputi atribut kualitas jasa pada nomer indikator di dalam kuesioner yang terdiri dari 1,2,3,4,5,6,7,12,13,14

5.2. Implikasi Manajerial

Penelitian ini dapat memberikan implikasi manajerial bahwa suatu *food court* perlu melakukan pertimbangan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga dapat membuat berbagai macam strategi untuk tetap bertahan maupun meningkatkan kualitas jasa yang diinginkan konsumen.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya melakukan penelitian terhadap kualitas jasa yang diberikan oleh *food court* dan tidak mengukur kepuasan konsumen melainkan hanya mengukur fasilitas fisik mana yang perlu diperbaiki atau tidak. Dan peneliti tidak melakukan survei awal mengenai atribut kualitas.

5.4. Saran

Sebaiknya pada penelitian selanjutnya meneliti menganalisis kepuasan konsumen, apabila atributnya sudah baik. Hal ini perlu dilakukan oleh setiap perusahaan karena memberikan kinerja yang efektif dan efisien. Dan melakukan survey awal mengenai atribut kualitas.