

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada pengumpulan dan pengolahan data serta analisis terhadap Restoran Laksana, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi konsumen (Gap 5).
Berdasarkan hasil pengukuran kesenjangan Gap 5 menggunakan metode Servqual, maka hasil yang diperoleh untuk nilai TSQ (*Total Service Quality*) yaitu sebesar -0.848, hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen belum merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran Laksana. Sedangkan berdasarkan dimensi kualitas jasa, urutan nilai dari yang paling negatif untuk rata-rata *Servqual score* (SQi) yaitu dimensi *reliability*, *assurance*, *emphaty*, *tangibles*, *responsivness*.

Berdasarkan hasil pengujian Uji Hipotesis untuk Gap 5, maka diperoleh bahwa nilai Z hitung untuk semua dimensi kualitas jasa dan item pernyataan lebih kecil daripada nilai Z tabel, oleh karena itu berada pada daerah penolakkan. Hal ini berarti bahwa konsumen belum puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Restoran Laksana, karena apa yang dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya. Dari kedua metode ini didapatkan hasil yang sama, yaitu bahwa konsumen merasa belum puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh Restoran Laksana.

- Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen (Gap 1).

Berdasarkan hasil pengukuran kesenjangan Gap 1 dengan menggunakan metode Servqual, diperoleh hasil bahwa rata-rata *Servqual score* (nilai SQi) untuk dimensi *tangibles*, *reliability* lebih kecil dari nol atau bernilai negatif, ini berarti bahwa persepsi manajemen lebih rendah daripada harapan konsumennya. Sedangkan untuk dimensi *assurance* dan *empathy* dan assurance diperoleh nilai rata-rata servqual yang lebih besar dari nol atau bernilai positif, ini berarti bahwa pihak manajemen telah memahami apa yang diharapkan oleh konsumen.

Berdasarkan hasil pengolahan data Gap 1 dengan metoda Uji Hipotesis, terdapat beberapa item pernyataan dimana pihak manajemen telah mengetahui dengan jelas apa yang diinginkan konsumen, tetapi ada pula item-item pernyataan dimana pihak manajemen belum mengetahui dengan jelas apa yang diinginkan oleh konsumen.

Berdasarkan hasil yang diperoleh untuk faktor penyebab Gap 1 ini, kebanyakan pihak manajemen Restoran Laksana setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada.

- Untuk kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa (Gap 2).

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan data Gap 2, maka dapat dilihat bahwa pihak manajemen menganggap semua dimensi kualitas jasa (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) mempunyai peranan yang penting bagi konsumen, serta penerapan standarnya telah sesuai dengan harapan konsumen. Secara keseluruhan, pihak manajemen juga menganggap bahwa item-item pernyataan yang ada juga penting bagi konsumen dan penerapan standarnya pun telah sesuai dengan harapan konsumen, tetapi terdapat beberapa item pernyataan juga dimana pihak manajemen berpendapat tidak penting, penerapan

standarnya tidak sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini menyebabkan timbulnya perbedaan persepsi antara pihak manajemen dengan karyawan.

Berdasarkan hasil yang diperoleh untuk faktor penyebab Gap 2 ini, kebanyakan pihak manajemen Restoran Laksana setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada.

- Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa (Gap 3).
Berdasarkan hasil pengolahan data Gap 3, maka dapat disimpulkan bahwa untuk dimensi *tangibles* pihak manajemen telah menerapkan standar yang sesuai dengan harapan konsumen, dan konsumen pun berpendapat bahwa penyampaian standar oleh karyawan pun telah sesuai dengan harapan mereka. Sedangkan untuk dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance, empathy* pihak manajemen telah menerapkan standar yang sesuai dengan harapan konsumen, tetapi konsumen berpendapat bahwa penyampaian standar oleh karyawannya tidak sesuai dengan harapan mereka.
Berdasarkan hasil yang diperoleh untuk faktor penyebab Gap 3 ini, kebanyakan pihak karyawan Restoran Laksana setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada.
- Kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal (Gap 4).
Berdasarkan hasil pengolahan data Gap 4, maka dapat disimpulkan bahwa untuk dimensi *tangibles* konsumen berpendapat bahwa penyampaian jasa dan pemenuhan janji oleh karyawan Restoran Laksana telah sesuai dengan harapan mereka. Sedangkan untuk dimensi *responsiveness* dan *assurance*, konsumen berpendapat bahwa penyampaian jasa oleh karyawan Restoran Laksana tidak sesuai dengan harapan mereka, tetapi pemenuhan janji restoran oleh karyawan sudah sesuai dengan harapan konsumen. Dan untuk dimensi *reliability dan*

emphaty, konsumen berpendapat bahwa penyampaian jasa dan pemenuhan janji oleh karyawan Restoran Laksana tidak sesuai dengan harapan mereka.

Berdasarkan hasil yang diperoleh untuk faktor penyebab Gap 4 ini, kebanyakan pihak karyawan Restoran Laksana setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada.

VI.2. Saran

Pemberian saran ditujukan untuk Restoran Laksana yang bertujuan agar dapat membantu restoran dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen, serta pemberian saran untuk peneliti selanjutnya.

- Saran untuk Restoran Laksana.
 - a. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, dapat dilakukan dengan cara mengelola fasilitas fisik, serta menjaga bagian eksterior dan interior restoran, kenyamanan tempat duduk dan mungkin dengan penggunaan AC
 - b. Pihak manajemen Restoran Laksana seharusnya mendidik dan memonitor kinerja para karyawannya secara berkesinambungan.
 - c. Restoran Laksana perlu memiliki sensitifitas terhadap perkembangan pasar dan perilaku konsumen yang terjadi, seperti melakukan penelitian pada waktu-waktu tertentu.

- Saran untuk Peneliti Selanjutnya.
 - a. Melakukan perbandingan kualitas pelayanan dengan restoran-restoran khas sunda lainnya, misalnya Restoran Sari Sunda, Ampera dan lain sebagainya. Sehingga dapat digunakan sebagai alat untuk membandingkan kualitas pelayanannya dengan restoran pesaing dan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan Restoran Laksana saat ini.