

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kepuasan konsumen bersifat dinamis, artinya bahwa ekspektasi konsumen terhadap suatu produk/ jasa akan mengalami perubahan seiring dengan waktu. Ada begitu banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Untuk pemasaran jasa, kualitas pelayanan serta keterpaduannya dengan pelaksanaan bauran pemasaran jasa sangat berpengaruh dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Berikut dipaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan

1. Tujuan pelaksanaan kualitas pelayanan jasa mencakup kedalam beberapa aspek. Kualitas pelayanan terdiri dari aspek *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Pada aspek *tangibles* perusahaan berusaha meningkatkan tampilan fisik mereka agar mendapat perhatian yang positif dari konsumen. Kebersihan tempat, ketepatan tata letak, desain interior cafe serta kerapihan karyawan merupakan tujuan pada aspek ini. Aspek *emphaty* lebih ditekankan bagaimana karyawan mampu memiliki sensitivitas yang tinggi dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada aspek *reliability* perusahaan memiliki tujuan bagaimana menciptakan konsistensi kelezatan makanan, kecepatan proses pemesanan makanan, serta ketepatan makanan yang disajikan sesuai dengan pesanan.. Untuk aspek

responsiveness perusahaan menekankan pada kecepatan karyawan dalam merespon konsumen. Yang terakhir adalah aspek *assurance* dimana perusahaan berusaha meningkatkan jaminan kehalalan makanan, keramahan karyawan dalam melayani, dan kenyamanan suasana café.

2. Dari pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan ditemukan bahwa hubungan kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan sebesar 59% berarti kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang tinggi sedangkan bobot pengaruh kualitas pelayanan dalam total kepuasan konsumen sebesar 41% dimana sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti *people*, *process*, dan *physical evidence* serta bauran pemasaran yang lainnya. Demikian pula dengan pengujian hipotesa yang dilakukan oleh perusahaan ditemukan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel maka H_1 diterima dimana artinya bahwa terdapat hubungan antara pelaksanaan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

5.2. Saran

Dari penelitian yang dilakukan, pelaksanaan kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh café Atmosphere mayoritas telah dilakukan dengan baik dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini terbukti bahwa rata-rata responden memberikan nilai yang tinggi terhadap skala jawaban yang disediakan. Namun demikian ada beberapa elemen yang perlu diperhatikan

oleh perusahaan untuk bisa menciptakan konsistensi kepuasan konsumen seperti dibawah ini:

1. Tingkat kecepatan respon terhadap konsumen

Kecepatan dalam memberikan respon membuat konsumen merasa diperhatikan. Respon yang cepat dan ramah akan memberikan pengalaman kepada konsumen. Pada penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa beberapa konsumen merasa bahwa respon karyawan cukup lambat ketika melayani. Untuk menyelesaikan kendala ini, perlu bagi perusahaan untuk menambah jumlah pramusaji. Selain itu perusahaan juga bisa membenahi pembagian kerja berdasarkan nomor meja. Dengan demikian pramusaji bisa lebih cepat menghantarkan makanan dan bisa meningkatkan kecepatan respon terhadap konsumen.

2. Tingkat Ketepatan Pesanan

Ketidaktepatan pesanan terjadi karena sistem pencatatan pesanan yang tidak tertib oleh karenanya menyebabkan konsumen mendapatkan makanan tidak sesuai dengan yang mereka pesan. Seringkali pramusaji lupa untuk mencatat nomor meja pada formulir pencatatan. Oleh karenanya masalah ini perlu diselesaikan dengan membuat sistem administrasi yang lebih baik dan ketelitian karyawan juga perlu ditingkatkan.