

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan hasil dapat ditarik kesimpulan, bahwa:

1. Mayoritas (64%) merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh kafe “X” Bandung.
2. Ketidakpuasan yang paling banyak dirasakan oleh responden secara berturut-turut berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu pada dimensi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*.
3. Ketidakpuasan pada dimensi *tangible* dalam hal lokasi, kebersihan, kenyamanan serta kurang memadainya fasilitas. Pada dimensi *empathy* terkait dengan kepekaan barista dan perhatian kepada pengunjung. Pada dimensi *reliability* kurangnya kesungguhan dan kemampuan barista dalam menanggapi keluhan, kualitas makanan dan minuman yang tidak sesuai, serta pemberian informasi yang tidak sesuai. Pada dimensi *responsiveness* kurangnya ketanggapan dan kecepatan barista dalam melayani. Pada dimensi *assurance* keahlian barista dalam membuat minuman yang dipesan rasanya kurang sesuai, barista juga kurang dapat memberi informasi yang jelas.
4. Akan tetapi, terdapat pula sebagian kecil yang merasa puas terhadap pelayanan kafe “X” (34%). Responden yang merasa puas berturut-turut

berdasarkan lima dimensi kualitas jasa yaitu, pada dimensi *empathy*, *assurance*, *responsiveness*, *tangible*, *reliability*.

5. Responden yang merasa puas pada dimensi *empathy* yaitu dalam hal perhatian individual barista kepada konsumen, serta barista hafal nama pengunjung. Pada dimensi *assurance* responden merasa puas terhadap kafe “X” Bandung yang dapat memberikan rasa aman dan nyaman. Pada dimensi *responsiveness* responden merasa puas terhadap kafe “X” Bandung yang cepat dan tanggap dalam menangani pesanan konsumen serta kafe “X” memberikan pelayanan yang baik, yaitu cepat. Pada dimensi *tangible* responden yang merasa puas ini dikarenakan bangunan hotel yang menarik dan dekorasi interior yang selalu baru. Pada dimensi *reliability* responden yang merasa puas dikarenakan ketepatan jam buka dan tutup kafe serta memberikan pelayanan sesuai dengan pelayanan yang dijanjikan.
6. Faktor mempengaruhi yang signifikan terhadap hasil kepuasan konsumen adalah *personal need*, *enduring service intensifiers*, *perceived service alternatives*, *evidence of service (people and process)*, dan *explicit service promises*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Teoritis

1. Bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis, dapat meninjau kepuasan konsumen yang terkait dengan *personal need*, *enduring service intensifiers*, *perceived service alternatives*, *evidence of service (people)* dan *explicit dan implicit service promises*. Kemudian pilihan pertanyaan untuk data penunjang lebih spesifik berkaitan dengan hal yang ingin dituju.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian disarankan pihak manajemen kafe meningkatkan kelengkapan fasilitas dan juga kebersihan ruangan kafe serta pengaturan atau tata ruang dikondisikan nyaman mungkin.
2. Barista kafe “X” memberikan perhatian kepada konsumen dalam hal mengambil perlengkapan makan atau minum ketika sudah kosong dan dapat peka dengan kebutuhan konsumen.
3. Kemampuan barista kafe “X” harus lebih ahli dalam menanggapi keluhan konsumen dan meracik minuman pesanan konsumen. Serta barista memberikan informasi dengan tepat dalam hal produk atau promo lainnya, sehingga konsumen dalam memahaminya secara jelas.
4. Barista kafe “X” harus lebih cepat dan tanggap dalam melayani permintaan dan juga keluhan konsumen. Terlebih ketika pengunjung sedang ramai, agar pelayanan terhadap konsumen dapat terjaga dengan baik.

5. Peneliti pun menyarankan kepada pihak kafe “X” Bandung untuk mengadakan *training* kepada barista dan juga pegawai lainnya dengan tujuan pelayanan dapat lebih profesional dan baik kepada konsumen.
6. Kafe “X” Bandung dapat mempertahankan dan meningkatkan bentuk pelayanan yang sudah dirasakan puas oleh konsumen.