

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, dipaparkan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang telah dilakukan, juga diberikan saran bagi X Coffee dan bagi penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan X Coffee dipengaruhi oleh suasana, kualitas kopi dan layanan internet. X Coffee dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan melakukan perbaikan dan meningkatkan performansi dari faktor suasana, kualitas kopi dan layanan internet.
2. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor yang membuat pelanggan menjadi loyal terhadap X Coffee adalah tingkat kepuasan yang mereka rasakan sehingga kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan jika X Coffee ingin mendapatkan pelanggan loyal.
3. Terdapat total 24 usulan perbaikan yang diberikan pada X Coffee untuk meningkatkan performansi dalam hal suasana, kualitas kopi dan layanan internet:
 - a. Mengganti meja area *indoor*
 - b. Mengganti layout area *indoor*
 - c. Mengganti kursi area *indoor*
 - d. Menyediakan bantal kecil di kursi area *indoor*
 - e. Mengganti posisi colokan
 - f. Mengganti kursi area *outdoor*
 - g. Menambah area *indoor*, mengurangi area *outdoor*
 - h. Menghimbau pelanggan yang merokok untuk duduk di pinggir
 - i. Memilih lagu dan volume yang tepat
 - j. Memasang tirai di pintu dan jendela kaca

- k. Mengganti lampu
- l. Kasir atau pelayan *stand by* untuk menyambut pelayan
- m. Membagi tugas khusus untuk barista, kasir dan pelayan
- n. Memberi pelatihan bagi barista
- o. Mempelajari menu dengan baik (khususnya kasir)
- p. Menambah variasi menu
- q. Menyanyakan tingkat kemanisan dan menawarkan gula terpisah
- r. Meletakkan persediaan biji kopi di tempat terpisah
- s. Menambah fentilasi
- t. Menggunakan pengharum ruangan
- u. Mencari tahu *provider* terbaik di daerah sekitar X Coffee
- v. Melakukan pemeriksaan rutin setiap bulan untuk peralatan (kabel, *router*)
- w. Melakukan pemeriksaan saat terjadi hal tidak terduga (banjir, badai)
- x. Melakukan pemeriksaan rutin secara keseluruhan

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan menarik kesimpulan, diberikan beberapa saran untuk pihak perusahaan dan untuk penelitian selanjutnya. Berikut merupakan saran untuk pihak perusahaan:

1. X Coffee sebaiknya segera menerapkan usulan perbaikan yang sudah dapat diterima untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Penelitian seperti ini dapat dilakukan lagi di masa yang akan datang untuk melakukan peningkatan secara terus menerus.
3. Terdapat beberapa faktor yang mungkin memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan yang tidak dipertimbangkan di penelitian ini, sehingga dapat dilakukan penelitian lebih lanjut untuk faktor-faktor tersebut sebagai variabel tambahan di model penelitian ini.

Selain untuk perusahaan, saran juga diberikan bagi penelitian selanjutnya:

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dan dapat dikembangkan dengan menambah variabel atau untuk penelitian berbagai jenis usaha lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung*. Tersedia di <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/120/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kota-bandung-2016.html>. Diakses pada tanggal 4 Februari 2019 (pukul 15:38)
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach 2nd Ed*. UC Santa Cruz: John Wiley & Sons.
- Hair, J.F., Hult, G.T., Ringle, C.M. & Sarstedt, R. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), 2nd Edition*. London: SAGE Publications, Inc.
- Kementrian Dalam Negeri (2017). *Peta Jumlah Penduduk Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat Semester I Tahun 2017*. Diunduh dari <https://www.kemendagri.go.id/arsip/categories/OTY/data-pokok>.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management 10th Ed*. New Jersey: Prentice Hall Intl, Inc.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lee, W.S., Moon, J.H., Song, M.K. (2018). *Attributes of The Coffee Shop Business Related to Customer Satisfaction*. Journal of Foodservice Business Research.
- Lovelock, C. dan Wright, L.K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: INDEKS.
- Marsyangan. (1999). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasution (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Singapore: John Wiley & Sons, Inc.

Soenarno, Adi (2003). *Kamus Istilah Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Angkasa.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, F. dan Diana, A. (2002). *Total Quality Management*. Yogyakarta: ANDI.