

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan pemeriksaan operasional terkait faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Restoran Bandung Suki, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat 4 faktor utama yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Keempat faktor tersebut adalah kualitas rasa makanan dan minuman (kualitas produk yang dijual), kualitas pelayanan, tempat, dan fasilitas yang disediakan. Kualitas produk merupakan kunci utama bagi restoran dalam melakukan penjualan, dimana kualitas produk yang baik akan mempengaruhi pelanggan dalam membuat keputusan untuk melakukan pembelian di restoran. Kualitas produk yang sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan akan membuat kepuasan pelanggan tersebut terpenuhi. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian kembali dan menjadi pelanggan setia restoran. Kualitas makanan dan minuman di Restoran Bandung Suki sudah baik, meskipun masih terdapat *complain* dari pelanggan mengenai rasa makanan dan harga yang ditetapkan pada makanan dan minumannya. Faktor yang kedua adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat dinilai dari kecepatan, ketanggapan, ketepatan dalam melayani pelanggan, waktu tunggu yang cepat dari saat memesan hingga makanan datang, dan lain-lain. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa senang dan kepuasannya terhadap pelayanan di restoran terpenuhi. Kualitas pelayanan di Restoran Bandung Suki sudah cukup baik, namun masih terdapat beberapa kelemahan seperti karyawan yang kurang ramah dan waktu tunggu makanan yang lama. Faktor yang ketiga adalah tempat. Tempat bagi sebuah restoran tidak kalah pentingnya dari ketiga faktor yang lain. Tempat disini tidak hanya berfokus pada penyediaan ruang tempat makan bagi pengunjung, tetapi juga harus memperhatikan faktor lainnya seperti tata letak meja dan kursi harus sesuai dan rapi, penataan perlengkapan dan ruangan yang rapi, pencahayaan dan ventilasi udara yang baik, dan interior dari tempat makan itu sendiri. Tempat

yang disediakan oleh Restoran Bandung Suki sudah baik, namun masih terdapat hal yang harus diperhatikan yaitu ventilasi udara yang kurang serta interior restoran terkait dekorasi dan nuansa warna yang jarang diubah sehingga menimbulkan rasa bosan bagi pelanggan. Faktor yang terakhir adalah fasilitas. Fasilitas yang disediakan sebuah restoran yaitu berupa *air conditioner*, WC yang bersih, tempat parkir yang memadai, *WiFi*, ruangan *smoking* dan *non-smoking*, dan lain sebagainya. Fasilitas yang disediakan oleh Restoran Bandung Suki sudah cukup baik, meskipun masih terdapat kekurangan terutama pada tempat parkir, serta ruangan *smoking* dan *non-smoking*.

2. Tingkat kepuasan pelanggan Restoran Bandung Suki jika dilihat dari hasil kuesioner sudah cukup baik, namun masih terdapat beberapa kelemahan yang harus diperhatikan terkait kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :
  - a. Terdapat kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai harga yang ditawarkan oleh pihak restoran cukup mahal dan lebih mahal dari restoran lain yang sejenis. Harga yang ditawarkan juga dianggap tidak sebanding dengan porsi makanan dan minuman yang diberikan. Selain itu, pelanggan juga menganggap bahwa kurang adanya inovasi menu pada restoran, baik pada menu *suki*, *dimsum*, maupun *chinese foodnya*. Ketidaksesuaian kualitas produk dengan harapan pelanggan akan menyebabkan ketidakpuasan bagi pelanggan.
  - b. Terdapat pelayanan yang tidak maksimal yang diberikan pihak restoran terhadap pelanggannya, yaitu terdapat kondisi dimana pelayan tidak siaga di pintu masuk restoran untuk menyambut pelanggan yang datang dan tidak mengarahkan pelanggan untuk menempati meja yang kosong. Kondisi yang kedua adalah pelayan terkadang lupa memberikan buku menu terkait varian *sukiyaki* dan harganya di restoran. Kondisi yang ketiga pelayan kurang siaga dalam merespon panggilan pelanggan, dan adanya waktu tunggu yang lama dari saat memesan hingga makanan dan minuman dihidangkan. Ketiga kondisi ini mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan karena pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan pelanggan.

- c. Tempat dan fasilitas yang disediakan bagi pelanggan kurang memadai. Hal ini dapat terlihat dari 3 kondisi utama yang ada di Restoran Bandung Suki terkait tempat dan fasilitasnya, yaitu tidak tersedianya lahan parkir untuk kendaraan bermobil dan lahan parkir untuk kendaraan bermotor pun kurang aman dan terbatas. Selain itu, juga terdapat kondisi dimana tidak ada pembatas atau sekat untuk memisahkan ruangan *smoking* dan *non-smoking* pada tempat makan yang disediakan Restoran Bandung Suki. Ruang *smoking* dan *non-smoking* berada pada tempat yang sama hanya dipisahkan berdasarkan area depan dan belakang. Kondisi lainnya berhubungan dengan tempat yang disediakan adalah adanya perubahan dekorasi dan nuansa warna yang jarang dilakukan sehingga pelanggan yang sudah sering berkunjung merasa bosan dengan dekorasi dan nuansa warna di restoran.
3. Pemeriksaan operasional yang telah dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak restoran untuk memberikan informasi dan masukan terkait faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan bagaimana kondisi sebenarnya yang terjadi di lapangan. Kondisi di lapangan yang tidak sesuai dengan standar mengindikasikan adanya kelemahan yang terjadi di restoran. Maka dari itu, diharapkan dengan adanya pemeriksaan operasional, pihak restoran dapat memperbaiki kelemahan yang ada dengan mengimplementasikan rekomendasi yang telah diberikan sehingga pihak restoran dapat memenuhi harapan pelanggan. Harapan pelanggan yang terpenuhi dapat memberikan rasa puas bagi pelanggan sehingga pelanggan akan datang kembali untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Restoran Bandung Suki.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis terhadap temuan kelemahan yang ditemukan pada tahap pemeriksaan operasional yang dilakukan, terdapat beberapa saran yang diberikan kepada pihak restoran agar pihak restoran dapat melakukan perbaikan terhadap kelemahannya sehingga kepuasan pelanggan Restoran Bandung Suki dapat meningkat. Saran yang diberikan kepada pihak restoran adalah sebagai berikut :

- a. Pihak restoran sebaiknya menurunkan *service fee* menjadi sama dengan restoran lain pada umumnya yaitu sebesar 5% agar harga yang dibebankan kepada pelanggan untuk setiap produk menjadi lebih murah.
- b. Pihak restoran mencari karyawan baru untuk mengisi posisi *manager* operasional dan HRD sehingga tidak terjadi rangkap jabatan.
- c. Ditugaskan pelayan untuk *standby* di pintu masuk sehingga pelanggan yang datang mendapatkan sambutan, ditanyakan yang akan datang berapa orang, dan diarahkan ke meja yang kosong.
- d. *Briefing* dilakukan dengan lebih rutin yaitu sebelum dan sesudah jam operasional.
- e. Menambah jumlah *chef* dengan memperhatikan bagaimana fluktuasi pesanan yang ada agar waktu penyajian makanan menjadi tepat waktu atau bahkan lebih cepat.
- f. Menambah jumlah pelayan pada saat restoran ramai sehingga karyawan yang bertugas membuat minuman tidak melakukan pelayanan kepada pelanggan.
- g. Mengadakan kerjasama dengan pihak *mall* terkait lahan parkir sehingga terdapat peraturan dan kebijakan yang lebih jelas terkait lahan parkir untuk pelanggan restoran.
- h. Memasang *exhaust fan* sebagai alat untuk menghirup udara kotor keluar dari restoran dan memasang pintu atau sekat pemisah ruangan *smoking* dengan *non-smoking*.
- i. Melakukan pergantian dekorasi dan nuansa warna secara berkala, misalnya dengan mengaplikasikan dekorasi tertentu pada hari-hari besar, seperti memasang hiasan lebaran, dan natal.
- j. Menambah dekorasi bernuansa Asia selain lampu lampion yang telah ada, misalnya lukisan panda, lukisan naga, lukisan 4 elemen (air, udara, tanah, api), patung kucing, bunga sakura, hiasan berupa kipas dengan lukisan khas Asia, dan sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi, Edisi kedelapan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ali, S. D. (2017, 5 15). Popular Articles: *Fishbone Diagram*. Retrieved from Binus University School of Information Systems: <https://sis.binus.ac.id/2017/05/15/fishbone-diagram/>. (Diakses pada tanggal 10 November 2019).
- Arens, A. A., Elder, R.J., & Beasley, M.S. (2017). *Auditing and Assurance Services: An Integrated Approach*. London: Pearson Education, Inc.
- David, Fred R. 2010. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases (13th Edition)*. Prentice Hall International, London.
- Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). *Hornngren's Cost Accounting A Managerial Emphasis (16 ed.)*. New York: Pearson Education, Inc.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (1997). *Marketing 11th Edition*. Boston: McGraw-Hill.
- Fitzsimmons, James A and Mona J. Fitzsimmons. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology 7<sup>th</sup> edition, The McGraw- Hill International Edition*.
- Gerson, R. F. (2002). *Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Hariyati, Ratih. (2005). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Edisi Alfabeta, Bandung.
- Kompas.com. (06 Februari 2018). Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia. <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia>. (Diakses pada tanggal 11 Agustus 2019).
- Kotler, Philip. Keller, K Lane.(2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing 16th Edition*. Harlow: Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.

- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Reider, Rob. (2002). 3rd edition. *Operational Review: Maximum Results at Efficient Cost*. New Jersey: John Wiley and Son. Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7 ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Sis.Binus.ac.id.(15 Mei 2017). *Fishbone Diagram*.  
<https://sis.binus.ac.id/2017/05/15/fishbone-diagram/>. Referensi dari Mind Tools Editorial Team. (2014, Maret 5). *Cause and Effect Analysis*. Retrieved February 18, 2017, from Mind Tools: [https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC\\_03.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_03.htm). (Diakses pada tanggal 10 November 2019).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sriyadi.1991. *Bisnis Manajemen Perusahaan Modern*. Semarang. *Consumer Behavior*.10th Edition. Prentice Hall.London.
- Tjiptono. F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Yazid. (2005). *Pemasaran Jasa*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Ekonomisia.
- Yuliarmi, Ni Nyoman & Putu Riyasa. (2007). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar*, 12(1), 9-28.