

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V ini dibahas mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang ada pada bab ini berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan. Pemberian saran dilakukan agar dapat dilakukan penelitian yang lebih baik.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data serta analisis, maka kesimpulan yang didapat adalah, sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan pada penelitian ini dilihat dari 28 atribut pelayanan yang terdiri dari faktor makanan, faktor pelayanan, faktor suasana, faktor reservasi dan area parkir, dan faktor penawaran yang diberikan restoran. Berdasarkan hasil pengolahan data, didapatkan hasil bahwa kinerja Restoran M sebesar 3,871 dari 5 dan kinerja Restoran N sebesar 4,168 dari 5. Hal ini menunjukkan bahwa dibandingkan dengan restoran kompetitor, kinerja Restoran M tidak lebih baik. Oleh karena itu, diperlukan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Berdasarkan hasil pemetaan metode *Modified Importance Performance Analysis* (MIPA), didapatkan hasil pada kuadran I terdapat 18 atribut yang menunjukkan keunggulan Restoran M. Lalu, pada kuadran II terdapat 5 atribut dan pada kuadran III terdapat 5 atribut untuk diperbaiki. Usulan perbaikan yang diberikan adalah menambah variasi makanan, menambah penambahan menu setiap 6 bulan, menggunakan bahan-bahan berkualitas, memastikan penggunaan metode-metode pengolahan yang benar, menetapkan harga sesuai porsi, membuat konsep baru, memberikan *product knowledge* dan *mini quiz*, memilih *supplier* yang benar, membuat instruksi kerja, merekrut karyawan baru, memberikan pelatihan, motivasi, dan *reward*, mengatur jumlah karyawan, melakukan evaluasi, melakukan pengawasan, dan menjaga kebersihan. Setelah usulan-usulan ini diajukan, terdapat 10 usulan diterima dan 5 usulan diterima dengan pertimbangan.

V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Sebaiknya dapat dilakukan implementasi usulan perbaikan sehingga dapat dilakukan evaluasi agar kualitas pelayanan dapat lebih meningkat.
2. Sebaiknya mencari metode lain selain metode MIPA untuk perbandingan dua perusahaan sebagai peningkatan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G. & Kotler, P. (2013). *Marketing: An Introduction 11th Edition*. London, England: Pearson Education Ltd.
- Badan Pusat Statistik. (2015). *Klasifikasi Baku Lapangan Usaha*. Diunduh dari www5.bkpm.go.id.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik Indonesia 2019*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2017). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung*. Diunduh dari bandungkota.bps.go.id.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2019). *Kota Bandung dalam Angka 2019*. Indonesia: BPS Kota Bandung.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, pp.55.
- Gerson, R. F. (1993). *Measuring Customer Satisfaction*. California, USA: Crisp Publications.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Harlow, Essex, England: Pearson Education Limited.
- Kementerian Perindustrian Indonesia. (2019). *Analisis Perkembangan Industri*. Indonesia: Pusdatin Kemenperin.
- Kivela, J., Reece, J., & Inbakaran, R. (1999). Consumer Research in the Restaurant Environment Part 2: Research Design and Analytical Methods. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11, pp. 269-286.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management 13th Edition*. New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall.
- Lee, S-h., Kim, Y-p., Hemmington, N., & Yun, D-k. (2004). Competitive Service Quality Improvement (CSQI): a Case Study in the Fast-Food Industry. *Food Service Technology*, 4, pp. 75-84.

- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta Selatan, Indonesia: Salemba Empat.
- Margono. (2004). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta, Indonesia: PT. Rineka Cipta.
- Marsum, WA. (1991). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta, Indonesia: Andi Offset.
- Martilla, J. A. & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), pp. 77-79.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business*. New York, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Soekresno. (2000). *Management Food and Beverage, Service Hotel*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka.
- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). Dineserv: A Tool for Measuring Service Quality in Restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), pp. 56-60.
- Suarthana. (2006). *Manajemen Perhotelan Edisi Kantor Depan*. Kuta Utara, Indonesia: Mapindo.
- Sugiarto, Siagian, D., Sunaryanto, L. T., & Oetomo, D. S. (2003). *Teknik Sampling*. Jakarta, Indonesia: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2007). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung, Indonesia: CV ALFABETA.
- Tan, K. C. & Pawitra, T. A. (2001). Integrating SERVQUAL and Kano's Model Into QFD for Service Excellence Development. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11, 418-430, doi: 10.1108/EUM00000000006520.
- Tontini, G. & Picolo, J. D. (2010). Improvement Gap Analysis. *Journal of Service Theory and Practice*, 20(6), pp. 565-584.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2002). *Total Quality Management*. Yogyakarta, Indonesia: Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta, Indonesia: Andi.

- Yavas, U. & Shemwell, D. J. (2001). Modified Importance-Performance Analysis: An Application to Hospitals. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 14(3), 104-110.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993) The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), pp. 1-12.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York, USA: The Free Press.