

Bab 5

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Pada bagian ini, penulis akan membahas kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi konsumen atas *service quality* Sumeragi Izakaya Setrasari terhadap niat beli ulang.

1) Persepsi Konsumen di kota Bandung atas *Service Quality* Sumeragi Izakaya Setrasari

Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai bahwa:

- Dimensi *tangibility* (X₁) dari Sumeragi Izakaya Setrasari cukup baik. Sebagian responden setuju bahwa meja makan yang disediakan mencukupi, peralatan dan perlengkapan makan lengkap dan bersih, desain interior yang baik, namun pegawai kurang rapi.
- Dimensi *reliability* (X₂) dari Sumeragi Izakaya Setrasari cukup baik. Sebagian responden setuju bahwa produk yang dipesan sesuai dengan yang didapatkan, jam buka dan tutup toko sesuai tepat waktu, namun kualitas rasa menu tidak konsisten.
- Dimensi *responsiveness* (X₃) dari Sumeragi Izakaya Setrasari kurang baik. Sebagian responden menilai bahwa pelayanan yang diberikan lambat, pelayan tidak siap dalam melayani konsumen, namun proses pembayaran cukup mudah.
- Dimensi *assurance* (X₄) dari Sumeragi Izakaya Setrasari netral. Sebagian responden menilai bahwa pelayan menguasai dan membantu menjelaskan menu kepada konsumen namun pelayan kurang mampu untuk menjelaskan menu dan promosi yang berlaku secara akurat.
- Dimensi *empathy* (X₅) dari Sumeragi Izakaya Setrasari kurang baik. Sebagian responden menilai bahwa tingkat konsentrasi, pengertian, dan inisiatif pegawai rendah.

2) Niat Beli Ulang konsumen Sumeragi Izakaya

Menurut analisa yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat dikatakan bahwa niat beli ulang pada restoran Sumeragi Izakaya Setrasari dalam kategori cukup rendah. Hal dapat disebabkan karena pelayanan yang buruk dari pegawai Sumeragi Izakaya dalam melayani pengunjung. Ditambah pula dengan pelayan kurang peka terhadap pengunjung ketika dipanggil.

3) Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Service Quality* terhadap Niat Beli Ulang konsumen Sumeragi Izakaya

Melalui regresi linear berganda, diketahui bahwa niat beli ulang pada *service quality* Sumeragi Izakaya Setrasari secara signifikan dipengaruhi oleh dimensi *reliability* (X_2), *assurance* (X_4), dan *empathy* (X_5). Diketahui bahwa nilai dimensi *service quality* memiliki pengaruh positif dengan nilai *adjusted r square* 77.6% terhadap niat beli ulang konsumen. Sedangkan 22.4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Pada bagian ini penulis akan memberikan saran bagi Sumeragi Izakaya Setrasari untuk mengetahui kelemahan serta dapat memberi saran agar perusahaan dapat lebih berkembang di masa yang akan datang.

- 1) Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *responsiveness* dalam kategori kurang baik, maka pemilik atau pengelola perlu memberikan pelatihan kepada pegawai terkait pengembangan *softskill* berupa komunikasi, berperilaku baik, kecepatan dan daya tanggap dalam melayani konsumen.
- 2) Berdasarkan hasil penelitian, dimensi *assurance* masih mempunyai kekurangan yaitu pelayan kurang mampu untuk menjelaskan menu dan promosi yang berlaku secara akurat. Pihak manajemen harus memberikan informasi yang baik tentang perusahaan atau promosi yang sedang berlangsung kepada seluruh karyawan agar promosi dapat tersalurkan pada

konsumen sehingga tidak ada yang melewatkan promosi atau terjadi kesalahpahaman.

- 3) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *empathy* karyawan dalam kategori kurang baik, terlebih dalam memahami konsumen maka perusahaan dapat mengembangkan keterampilan mendengar dengan baik melalui pelatihan dan pembinaan kepada para karyawan, menjadikan empati sebagai budaya organisasi, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Wibisono, Nuran. 2017. *Makanan Jepang Menyerbu Indonesia*. <https://tirto.id/makanan-jepang-menyербу-indonesia-cm1t>. diakses pada 20 Februari 2020 pukul 14.00

Dictio. *Apa yang dimaksud dengan validitas ?*.<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-validitas-isi-atau-content-validity/62112/2>.

Kotler, Philip & Gary Armstrong (2006) *“Principles of Marketing” Eleventh Edition*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2006) *“Marketing Management” Twelfth Edition*, Pearson

Sugiyono. 2007. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta

Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

Sunarti, Dwi Aliyyah Apriyani. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)*. Malang: Universitas Brawijaya Vol. 51 No. 2 Oktober 2017

Sugianto, Jimmy dan Sugiono Sugiharto. *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran YUNG HO Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra Vol. 1, No. 2, (2013) 1-10

Kisang Ryu, Hye-Rin Lee, Woo Gon Kim. (2012). *The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions*. International Journal of Contemporary Hospitality Management Vol. 24, Issue 2

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesiscoll/Bab2/2014-2-01654-HM%20Bab2001.pdf>. Diakses pada 21 Maret 2020 pukul 18.00

Wahyuni, Noor. (2014). Uji Validitas dan Reabilitas. <http://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>.

Syahbana, Donny .(2016). *Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem Sleman*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Wiratama, Muhamad Tommy. (2018). *Pengaruh persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang konsumen pada Baraya Travel cabang Surapati*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

Sasongko, Felita dan Dr. Hartono Subagio,S.E.,M.M. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyat Ria*. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, (2013) 1-7

Halim, Christophorus William. (2019). *Pengaruh kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan kualitas makanan Restoran Fukuzushi di Jalan Bahureksa terhadap niat beli ulang*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan

Irawan, Gladys. (2019). *Pengaruh persepsi konsumen atas Product Attribute, Sales Promotion, dan Store Atmosphere terhadap niat beli ulang konsumen : studi perbandingan pada Chatime dan Calais di Mall Paris Van Java Bandung*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

Loly, Ayumi Putri. (2013). KUALITAS PELAYANAN PADA RESTORAN KHAS MELAYU PONDOK YURIKA PEKANBARU. Jurnal Online Mahasiswa. Vol. 1 No. 1 (<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/2312/2254>).

<https://www.kajianpustaka.com/2017/11/pengertian-jenis-dan-sistem-pelayanan-restoran.html>. Diakses pada 21 Maret 2020 pukul 15.00 WIB

Dalson Britto Figueiredo Filho, Ranulfo Paranhos Enivaldo C. da Rocha, Mariana Batista José Alexandre da Silva Jr., Manoel L. Wanderley D. Santos and Jacira Guiro Marino. *When is statistical significance not significant?*. Brazil: BPSR. Vol 7 No 1: 31-55 (2013)