

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab lima ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian pada Kafe X. Kesimpulan yang ada akan menjawab rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini. Adapun saran yang dibuat dan ditujukan untuk pihak Kafe X, pembaca, dan peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis.

V.1 Kesimpulan

Pada subbab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang ada. Kesimpulan dibuat untuk dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Berikut adalah kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan.

1. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan di Kafe X saat ini adalah sebesar 0,661 dengan skala -3 (Sangat tidak puas) sampai 3 (Sangat puas), yaitu pelanggan merasa cukup puas dengan kualitas layanan di Kafe X saat ini.
2. Terdapat 4 atribut yang menjadi prioritas perbaikan yang diperoleh menggunakan metode IGA. Keempat atribut tersebut adalah kafe memiliki ruangan yang nyaman dan mudah untuk bergerak (A5), kafe memiliki ruangan yang bersih (A7), kafe memiliki tempat duduk dan meja yang nyaman (A8), dan kafe memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang disajikan (A22).
3. Terdapat 21 usulan perbaikan yang diajukan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Kafe X, dari 21 usulan tersebut, terdapat 14 usulan yang diterima dan dapat segera diterapkan. Usulan-usulan yang diterima tersebut antara lain adalah :
 - a. Membuat *layout* baru penataan meja, kursi, meja air mineral, dan rak dekorasi Kafe X
 - b. Memasang tirai gulung untuk *outdoor* di sisi ujung-ujung dari ruangan *outdoor* Kafe X
 - c. Memasang kipas angin dinding pada sudut ruangan *outdoor* Kafe X

- d. Menetapkan jadwal pembersihan, yaitu di setiap awal *shift* dan juga akhir *shift* pekerjaan
- e. Memberikan penyuluhan kepada *barista* untuk membersihkan dan merapikan meja kursi segera setelah konsumen selesai berkunjung
- f. Pengecekan secara berkala dari pihak manajer Kafe X kepada *barista* yang bekerja
- g. Mengganti alat kebersihan seperti lap kanebo, sapu, dan pel lantai dengan alat kebersihan yang baru
- h. Mengganti tanaman-tanaman yang ada dengan dekorasi Kafe X
- i. Memasang tanaman merambat palsu
- j. Memindahkan posisi meja panjang dan kursi ke bagian depan *bar*
- k. Memberi tambahan meja panjang sehingga lebar meja nyaman untuk digunakan konsumen duduk berhadapan
- l. Menambahkan kursi yang sebelumnya hanya berjumlah 3 kursi menjadi 6 kursi
- m. Mengganti kursi yang digunakan dengan kursi baru yang memiliki sandaran untuk duduk
- n. Memodifikasi kursi yang ada dengan memperpanjang ukuran panjang alas duduk kursi *outdoor* tersebut

V.2 Saran

Pada subbab ini akan dibahas mengenai saran yang dibuat berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Berikut merupakan saran yang diberikan kepada Kafe X.

1. Sebaiknya KafeX segera melakukan perbaikan dan mengimplementasikan usulan yang telah diajukan agar dapat segera memperbaiki permasalahan yang ada, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan konsumen Kafe X.
2. Atribut yang sudah memiliki performansi baik sebaiknya tetap dipertahankan agar performansinya tidak turun untuk menghindari menurunnya kepuasan pelanggan.

Selain saran yang diberikan kepada Kafe X, akan diberikan juga saran untuk peneliti selanjutnya. Berikut merupakan saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya.

1. Sebaiknya mencoba penelitian menggunakan metode lain yang mungkin dapat menghasilkan informasi baru yang berbeda dari penelitian yang telah dilakukan.
2. Mencoba meneliti lebih lanjut mengenai atribut-atribut selain atribut prioritas atau atribut yang telah terdapat di kuadran I matriks IGA. Diharapkan peneliti selanjutnya memperoleh potensi perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antropometri Indonesia*. (2015). Retrieved 08 28, 2020, from antropometriindonesia.org:
https://antropometriindonesia.org/index.php/detail/artikel/4/10/data_antropometri
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016, 04 20). Retrieved 02 20, 2020, from <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/120/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kota-bandung-2016.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2018). Retrieved 02 20, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/17/berapa-jumlah-penduduk-kota-bandung>
- Dabholkar, P.C., Shepherd, D., & Thorpe, D. (2000). *A Comprehensive Framework for Service Quality: An Investigation of Critical Concept and Measurement Issues Through a Longitudinal Study*. *Journal of Retailing*, 76, 139-174. DOI: 10.1016/S0022-4359(00)00029-4
- Gremler, D. D. (2004). *The Critical Incident Technique in Service Research*. DOI: 10.1177/1094670504266138.
- Gronroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*, 3rd Edition. Chicester: John & Wiley Sons, Ltd.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, 7th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1997), hal.239.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (2015). Retrieved 02 20, 2020, from kbbi.co.id: <https://www.kbbi.co.id/cari?kata=kafe>
- Kotler, P. (1997). *Manajemen pemasaran: Analisis perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jilid I Dan Jilid II, PT Prenhalindo. Jakarta
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*, 14th Ed. United States of America: Pearson Education, Inc.

- Kuo, Y. -F., Chen, J. -Y., & Deng, W. -J. (2012). IPA-Kano Model: *A New Tool for Categorizing and Diagnosing Service Quality Attributes*. *Total Quality Management and Business Excellence*, 6-12.
- Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach 4th Ed.* United States of America: John & Wiley Sons, Ltd.Solomon, R. Michael. *Consumer Behavior, Buying, Having, and Being*. 8thEdition. (New Jersey: Prentice Hall, 1994), Hal.346
- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). *DINESERV: Measuring Service Quality in Quick Service, Casual/Theme, and Fine Dining Restaurants*. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 3(2), 34–44.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tontini, G. & Picolo, J.D. (2010). Improvement gap analysis. *Managing Service Quality: An International Journal*, 20, 565-584. DOI: 10.1108/09604521011092893.
- Wilson A., Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. (2008). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education
- Zairi, M., (2000) “*Managing customer satisfaction: a best price practice perspective*”, *The TQM Magazine*, Vol.12 (6), .289-494
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press