

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab V ini akan dilakukan pembahasan mengenai dua subbab yaitu kesimpulan dilakukannya penelitian, dimana kesimpulan akan menjawab tujuan penelitian yang terdapat pada bab I berdasarkan langkah-langkah penelitian yang telah dibahas di Bab III. Selain itu terdapat saran yang diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan untuk penelitian selanjutnya.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah mengenai kepuasan pelanggan di Restoran Y. Kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Kepuasan pelanggan pada saat ini masih dikatakan kurang baik karena nilai yang didapatkan masih dibawah angka 4, yaitu 2,9.
2. Variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *reliability*, *tangibles*, dan *empathy*.
3. Usulan yang diterima yaitu memberikan seragam dengan warna gelap, membersihkan meja setiap kali pelanggan selesai makan, melakukan pelatihan dan menambah SOP pada pekerja mengenai *check order* agar menjadi lebih gesit ketika terjadi kesalahan pengantaran pesanan dan juga bisa diandalkan, membuat *check order* dan membuat nomor meja, menghimbau pekerja agar peka terhadap kebutuhan pelanggan, dan memasang iklan/promo pada sosial media dan juga menyebarkan pamflet secara langsung.

#### **V.2 Saran**

Setelah melakukan penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan penulis yang berguna untuk penelitian selanjutnya. Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Restoran Y sebaiknya melakukan perbaikan pada kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Restoran Y dapat melakukan perbaikan dengan mempertimbangkan usulan yang diberikan.
2. Untuk penelitian berikutnya sebaiknya mempertimbangkan *first-timer* dan *revisiting customer* agar dapat melihat perbandingan antar kelompok responden.
3. Penyebaran kuesioner sebaiknya dilakukan di Restoran Y dengan menyebarkan secara langsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, G. T. & Sastedt, M. (2017). *A Premier on PLS Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Singapore: Sage Publication.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2019). *Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*. Jakarta: Kemenperin.
- Kotler, P. & Gary Armstrong. (2007). *Principle of Marketing*, 12th Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2011). *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Montgomery, D. C. dan George, C. R. (2014). *Applied Statistics and Probability for Engineers* (6th Edition). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Namin, Aidin. (2017). *Revisiting Customers Perception of Service Quality in Fast Food Restaurants*. *Journal of Retailing and Customer Services*.
- Sekaran, U. (2002). *Research Method for Business: A Skill Building Approach*. 4th Edition. New York : John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). *Dineserv: A Tool for Measuring Service Quality in Restaurants*. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 56–60.  
DOI:10.1177/001088049503600226
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2002). *Total Quality Management*. Yogyakarta : ANDI.

Tsuang Kuo, Chih Ta Chen & Wan Jung Cheng. (2016). *Service Quality Evaluation: Moderating Influences of First-Time and Revisiting Customers*. *Total Quality Management & Business Excellence*. DOI:10.1080/14783363.2016.1209405

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.