

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab IV akan membahas mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan akan menjawab rumusan masalah dan tujuan yang ditentukan sebelumnya. Sedangkan saran diberikan bagi pihak *Cafe Vitamin Sea*.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan dalam penelitian mengenai perbaikan kepuasan konsumen di *Cafe Vitamin Sea* sebagai berikut.

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap *Cafe Vitamin Sea* saat ini masih kurang memuaskan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari rata-rata nilai *average current satisfaction* (ACS) yang dimiliki *Cafe Vitamin Sea* adalah sebesar 1,075 dari skala -3 sampai 3.
2. Terdapat lima atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen di *Cafe Vitamin Sea*, yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran I dalam matriks IGA. Atribut tersebut terdiri dari *cafe* memberikan presentasi makanan yang menarik (A5), *cafe* memiliki karyawan yang cepat tanggap dalam melayani konsumen (A6), *cafe* memiliki area makan yang bersih (A7), *cafe* memberikan makanan yang *fresh* (A8), dan *cafe* memiliki lahan parkir yang memadai (A10).
3. Terdapat 14 usulan perbaikan yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen *Cafe Vitamin Sea*. Berikut merupakan usulan perbaikan yang diberikan.
 - a) Mengadakan pelatihan khusus untuk juru masak.
 - b) Menempel foto-foto makanan yang memiliki presentasi makanan yang cukup rumit di dapur.
 - c) Memisahkan nasi yang diletakan di atas olahan *seafood* ke piring lain.
 - d) Menambah jumlah juru masak.

- e) Menyiapkan bahan-bahan makanan saat jumlahnya sudah mulai menipis
- f) Melakukan pengecekan dan pembersihan *cover bean bag* setiap seminggu sekali.
- g) Mengganti bahan *cover bean bag* dengan bahan taslan yang anti air dan anti noda.
- h) Menggunakan jasa profesional *cleaning service* gedung.
- i) Menggunakan lap kanebo.
- j) Melakukan pengecekan kualitas *seafood* sebelum dimasukkan ke dalam plastik sesuai porsi.
- k) Menggunakan label khusus yang dapat ditempel pada kemasan makanan yang diletakkan di kulkas/*freezer*.
- l) Menambah karyawan khusus untuk menjadi tukang parkir *cafe*.
- m) Membuat denah area yang dapat digunakan sebagai tempat parkir motor dan mobil di *Cafe Vitamin Sea*.
- n) Membuat penanda parkir khusus *Cafe Vitamin Sea* dan Barber Nines.

V.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk pihak *Cafe Vitamin Sea* adalah sebagai berikut.

1. Melaksanakan perbaikan atribut dengan konsisten agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen *Cafe Vitamin Sea*.
2. Tetap menjaga performansi atribut-atribut yang sudah baik sehingga tidak mengalami penurunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. (2009). *STATISTIKA UNTUK PENELITIAN PENDIDIKAN DAN APLIKASINYA DENGAN SPSS DAN EXCEL*. Kediri: IAIT Press .
- Budiaji, W. (2013). *Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale)*. *Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133.
- Dewa, C. B. (2019). *Pengaruh Kualitas Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan Cengkir Heritage Resto And Coffe*. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v10i1.5639>
- Hardyasar, A., Mandei, J., & Dumais, J. (2017). *TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN PONDOK HIJAU KOTA MANADO*.
- 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(6), 269–286. <https://doi.org/10.1108/09596119910281766>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson.
- Kotler, P. (2001). *Marketing Management, Millenium Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Principles of Marketing*. Prentice Hall Europe.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2007). *Marketing Research: An Applied Approach*. England: Prentice Hall, Inc.
- Montgomery, D. C., & Runger, G. C. (2011). *Applied Statistics and Probability for Engineers Fifth Edition*. US: John Willey&Sons Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business : A Skill-Building Approach 17th Edition*. Chicester: Wiley.
- Setiawan, K. (2018). Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 8,67 Persen Triwulan II 2018. Diambil dari

<https://bisnis.tempo.co/read/1127039/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-867-persen-triwulan-ii-2018>

Tontini, G., & Picolo, J. D. (2010). *Improvement Gap Analysis*. In *Managing Service Quality* (Vol. 20). <https://doi.org/10.1108/09604521011092893>