

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang telah didapatkan untuk menjawab tujuan dari penelitian. Kesimpulan yang dibuat berdasarkan dari penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan. Selain itu, pada bab ini akan diberikan saran untuk penelitian selanjutnya agar penelitian selanjutnya dapat berjalan lebih baik lagi, serta saran untuk restoran tempat penelitian berlangsung.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan penelitian. Berikut merupakan penjelasannya.

1. Kualitas layanan pada Restoran Ayam Geprek Jogja pusat maupun cabang secara keseluruhan tergolong cukup baik dengan nilai rata-rata untuk setiap dimensi yaitu *tangible* sebesar 4,99, *reliability* sebesar 5,86, *responsiveness* sebesar 5,32, *assurance* sebesar 5,67, *empathy* sebesar 5,13, *price and value* sebesar 5,21, serta *food quality* sebesar 5,77 dari skala 7. Rata-rata nilai persepsi konsumen terhadap Restoran Ayam Geprek Jogja yaitu sebesar 5,42 dari skala 7.
2. Berdasarkan model regresi yang dihasilkan, 4 dimensi kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dari total 7 dimensi penelitian. Dimensi tersebut yaitu dimensi *tangible*, *reliability*, *price and value*, dan *food quality*. Keempat dimensi tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan perbaikan atas dimensi tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Prioritas usulan perbaikan disusun berdasarkan dimensi dengan nilai korelasi tertinggi hingga terendah yaitu *reliability*, *price and value*, *food quality*, dan *tangible*.
3. Usulan perbaikan yang dapat diberikan terhadap Restoran Ayam Geprek Jogja ditentukan berdasarkan hasil analisis multiregresi serta hasil nilai gap yang didapatkan terhadap perhitungan kedua restoran secara keseluruhan. Usulan perbaikan yang diberikan antara lain penyediaan area khusus untuk counter *pickup* atau pesanan *take away*, penyediaan

kotak saran serta penyebaran form penilaian, pemberian bonus berupa makanan ringan ataupun minuman gratis atas pemesanan yang dilakukan, serta pembuatan daftar komposisi bahan dengan terperinci serta pengawasan dan pengecekan rasa secara langsung oleh pemilik. Terdapat 3 usulan yang diterima, 3 usulan yang dipertimbangkan dan 1 usulan yang ditolak oleh pemilik.

V.2 Saran

Pada bagian ini, terdapat beberapa saran penelitian. Saran penelitian ini ditujukan bagi peneliti selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Selain itu, terdapat pula saran bagi restoran sebagai objek penelitian. Berikut merupakan penjelasannya.

1. Pemilik Restoran Ayam Geprek Jogja disarankan untuk menerapkan usulan-usulan perbaikan kualitas layanan yang diberikan. Jika pemilik membuat urutan prioritas perbaikan, disarankan mengutamakan perbaikan terhadap dimensi yang memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen.
2. Pemilik Restoran Ayam Geprek Jogja sebaiknya menyebarkan lembar penilaian secara berkala kepada konsumen atas kualitas makanan maupun kualitas layanan agar pemilik dapat mengevaluasi perubahan yang dilakukan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). "Tingkatkan Kontribusi Kuliner pada PDB Nasional, Berkaf Gelar FSI 2019", <https://www.bekraf.go.id/berita/page/10/tingkatkan-kontribusi-kuliner-pada-pdb-nasional-bekraf-gelar-fsi-2019>, diakses 8 Desember 2019 pukul 10.00.
- Bougoure, Ursula-Sigrid & Neu, Meng-Keang. (2010). Service quality in the Malaysian fast food industry: An examination using DINESERV. *Services Marketing Quarterly*, 31(2), 194-212.
- Dawes, J. (2008). Do data characteristics change according to the number of scale points used? An experiment using 5-point, 7-point and 10- point scales. *International Journal of Market Research*. 50(1), 61-104.
- Finstad, G. (2010). Response Interpolation and Scale Sensitivity: Evidence Against 5-Point Scales. *Journal of Usability Studies*, 5(3), 104-110.
- Ghobadian, R., Speller, S. and Jones, W. (1994). Service Quality Concepts and Models. International. *Journal of Quality Management*, 11(9), 43-66. doi: 10.1108/02656719410074297.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis Pearson New International Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Hansen, K. V. (2014). Development of SERVQUAL and DINESERV for Measuring Meal Experiences in Eating Establishments. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(2), 116-134.
- Keith, N. and Simmers, C. (2011). Measurement Service Quality Perceptions of Restaurant Experiences: The Disparity Between Comment Cards and DINESERV. *Journal of Foodservice Business Research*, 14(1), 20-32. doi: 10.1080/15378020.2011.548209.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2019). "Industri Makanan Jadi Sektor Kampiun", <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->, diakses 4 Januari 2020 pukul 16.25.

- Kim, H.J., McCahon, C., Miller, J. (2003). Assessing service quality in Korean casual-dining restaurants using DINESERV. *Journal of Foodservice Business Research*, 6(1), 67-86.
- Kim, W.G. and Kim, Y.S. (2009). Influence of Institutional DINESERV on Customer Satisfaction, Return Intention, and Word-of-Mouth. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 10-17.
- Knutson, B., Stevens, P., and Patton, M. (1995). DINESERV: measuring service quality in quick service, casual/theme, and fine dining restaurants. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 3(2), 35-43.
- Kotler, P. (1999). *Marketing Management: Millenium Edition*. New Jersery: Person Prentice-Hall.
- Kotler, P. dan Keller K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Lazuardi M. dan Triady M.S. (2015). *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*, Jakarta: PT Republik Solusi.
- Lee Y.L. and Hing N. (1995). Measuring quality in restaurant operations: an application of the SERVQUAL instrument. *Journal of Hospitality Management*, 14(3/4), 293-310.
- Lund Research Ltd. (2018). "Dependent t-test for paired samples", <https://statistics.laerd.com/statistical-guides/dependent-t-test-statistical-guide.php>, diakses 18 April 2020 pukul 17.04.
- Lund Research Ltd. (2018). "Independent t-test for two samples", <https://statistics.laerd.com/statistical-guides/independent-t-test-statistical-guide.php>, diakses 18 April 2020 pukul 17.07.
- Markovic, S., Raspor, S., & Segaric, K. (2010). Does restaurant performance meet customers' expectations? An assessment of restaurant service quality using a modified Dineserv approach. *Tourism & Hospitality Management*, 16(2), 181-195.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. doi: 10.2307/1251430.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. Ponorogo: CV Wade Group.
- Sekaran, U. (2003). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. 4th Edition, New York: John Wiley & Sons.
- Stevens, P., Knutson, B. and Patton, M. (1995). DINESERV: A tool for Measuring Service Quality in Restaurants. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 36(2), 56-60. doi: 10.1016/0010-8804(95)93844-K.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Walker J.R. (2013). *The Restaurant from Concept to Operation Seventh Edition*, New Jersey: John Wiley and Sons.
- Zeithaml V.A., Gremler D.D., and Bitner M.J. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. USA: McGraw-Hill Education.