

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan-kesimpulan atas hasil pengolahan data yang telah dilakukan dan analisis penelitian beserta saran-saran perbaikan yang diberikan untuk Baso Tjia dan penelitian selanjutnya. Kesimpulan dan saran tersebut akan dibahas dalam subbab-subbab di bawah ini.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan, berikut adalah kesimpulan-kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini.

1. Kualitas layanan di Baso Tjia memiliki *gap* 5 sebesar -0,7655 yang menyatakan bahwa kualitas layanan Baso Tjia dapat dikatakan belum cukup baik karena tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan Baso Tjia.
2. Tingkat kepentingan dimensi layanan Baso Tjia terhadap kepuasan pelanggan menentukan prioritas perbaikan. Apabila prioritas perbaikan diurutkan dari yang paling terpenting adalah *empathy, price and value, food quality, assurance, tangible, responsiveness, reliability* dan *convenience*. Penggunaan *Gap* 1 sampai dengan 4 diperlukan untuk menemukan penyebab terjadinya *gap* di Baso Tjia secara lebih detail.
3. Usulan perbaikan yang diberikan kepada Baso Tjia ada bermacam-macam. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut.
 1. Mengadakan standar bagaimana sikap untuk menunjukkan keramahan dan perhatian karyawan terhadap pelanggan.
 2. Mengadakan iklan yang menarik untuk meyakinkan bahwa kualitas makanan Baso Tjia sesuai dengan harga yang diberikan sehingga pembeli tidak merasa sia-sia ketika melakukan pembelian, membuat brosur terkait promosi yang diadakan di sekitar area berjualan sehingga dapat memunculkan daya tarik setiap ada orang yang melewatinya.

3. Mengadakan *briefing* terhadap karyawan untuk menjaga kekonsistenan makanan terutama ketika sedang memasak makanan tersebut.
4. Membuat standar terkait berkomunikasi dengan pembeli agar pembeli merasa tepat dengan keputusan pembeliannya.
5. Menetapkan spesifikasi pakaian pelayan meskipun, bukan dalam bentuk seragam tetapi dapat memberikan kesan yang bersih dan rapi.

V.2 Saran

Setelah diperoleh kesimpulan dari hasil penelitian kualitas layanan di Baso Tjia, dapat diberikan beberapa saran untuk pihak restoran dan penelitian selanjutnya sebagai berikut.

1. Manajer sekaligus pemilik Baso Tjia disarankan menerapkan usulan perbaikan yang telah diberikan dengan mengikuti urutan prioritas perbaikan yang telah ditentukan.
2. Manajer sekaligus pemilik Baso Tjia dapat menggunakan metode pada penelitian ini untuk mengetahui tingkat kualitas layanan Baso Tjia dikarenakan sering dengan berjalannya waktu, harapan pelanggan dapat berubah-ubah dan layanan yang diberikan Baso Tjia juga dapat berubah.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi dan dapat dikembangkan lebih lanjut lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Acocella, J. R. dan Calhoun, J. F. (1990). *Psikologi tentang penyesuaian dan hubungan kemanusiaan*. Semarang: IKIP Press.
- Agmasari, S. (2018, 6 Februari). Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia. *Kompas*. Diunduh dari <https://www.kompas.com>
- Amalia, Dina. (2017). Pentingnya Pengembangan SDM Untuk Bisnis yang Lebih Baik. *Jurnal by Mekari*. Diunduh dari <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-pentingnya-pengembangan-sdm-untuk-bisnis-yang-lebih-baik/>
- Ariyanto, H.H. (2003). *Hubungan Karakteristik Konsumen dalam Evaluasi terhadap Brand Imitation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Azwar, Saifuddin. (1999). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Sigma Alpha.
- Cronin, J.J., Taylor, A.S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions–minus–expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58, 125-131.
- Fishbein, M dan Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gagic, S. (2013). The vital components of restaurant quality that affect guest satisfaction. *Turizam*, 17(4), 166–176. doi: 10.5937/Turizam1304166G.
- Gronroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, Vol. 18 No. 4, pp. 36-44. doi:10.1108/EUM0000000004784
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J., dan Anderson. R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th ed*. Pearson. Prentice Hall: New Jersey.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Dari Mulut ke Mulud (Word of Mouth Marketing)*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Hill, A. V. (1992). *Field Service Management*. Illinois: Richard D. Irwin, Inc.
- Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Kano, N., K. Seraku, F. Takahashi, S. Tsuji. (1984). Attractive Quality and Must-be Quality. *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, Vol. 14, no. 2, pp. 39-48.
- Kim, W. G., Ng, C.Y.N., dan Kim, Y. (2009). Influence of institutional DINESERV on customer satisfaction, return intention, and word of mouth. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 10-17. doi: 10.1016/j.ijhm.2008.03.005.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2014). Prinsip-prinsip Manajemen, Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Matzler, K., Sauerwein, E., dan Heischmidt, K.A. (2003). Importance-Performance Analysis revisited: the role of the factor structure of customer satisfaction. *Service Ind. Journal*, 23, pp. 112-129.
- Maulina, Rishna. (2020, 7 Januari). Pentingnya Desain Produk Untuk Menarik Konsumen. Diunduh dari <https://jurnal.id/id/blog/desain-produk-berperan-menarik-minat/>
- Parasuraman, A., Berry, L. L., dan Zeithaml, V. A. (1990). *An Empirical Examination of Relationships in an Extended Service Quality Model*. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L.L. (2007). *Consumer behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Stevens, P., Knutson, B., dan Patton, M. (1995). DINESERV: A tool for measuring service quality in restaurant. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 36, 56-60. doi: 10.1177/001088049503600226
- Sugiarto, dkk. (2001). *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Bandung. Penerbit Alfabetha.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sutedja, Wira. (2007). *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tontini, G. dan Silveira, A. (2007). Identification of satisfaction attributes using competitive analysis of the improvement gap. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 27 No. 5, pp. 482-500.
- Wong, M. S., Fearon, C., dan Philip, G. (2009). Evaluating E-government in Malaysia: An importance-performance grid analysis (IPA) of citizens and service providers. *International Journal of Electronic Business*, vol. 7, no. 2, pp. 105-129.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., and Parasuraman, A. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, No.1, Vol. 21, pp.1-12.