

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab paling akhir dari sebuah laporan. Pada Bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan akan dijawab berdasarkan hasil pengolahan data dan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai dari penelitian. Saran yang ada akan disesuaikan pula dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

V.1 Kesimpulan

Pada dasarnya kesimpulan pada sebuah penelitian digunakan untuk menjawab target atau tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data serta analisis yang telah dilakukan pada penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai “Usulan Perbaikan Layanan Rumah Makan Warung Kita” antara lain.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yang mempengaruhi niat beli ulang yaitu kebersihan toilet dan wastafel, kebersihan lingkungan rumah makan didalam maupun diluar, keamanan tempat parkir yang disediakan, kebersihan proses memasak hingga penyajian makanan.
2. Usulan yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan pada Rumah Makan Warung Kita yaitu terdapat 8 usulan perbaikan. Usulan perbaikan antara lain membuat jadwal *shift* karyawan terkait pembersihan area toilet, menyediakan tempat sampah pada area toilet dan wastafel, memberikan *display* peringatan membuang sampah pada tempatnya dan menyediakan tempat khusus untuk dapat menampung sampah sisa makanan dan *tissue* bekas. Selain itu dapat dilakukan dengan merekrut karyawan atau satpam untuk menjaga kendaraan pelanggan, menyediakan lahan parkir dengan menyewa atau membeli tanah disekitar rumah makan dan mengganti wajan dengan ukuran yang lebih besar serta menyediakan ember atau wadah khusus untuk merendam alat makan yang sudah dipakai dengan air hangat

V.2 Saran

Saran dalam penelitian digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pendapat untuk jangka kedepan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa saran mengenai “Usulan Perbaikan Layanan Rumah Makan Warung Kita” antara lain.

1. Penerapan usulan perbaikan dapat dilakukan secara bertahap sesuai dengan kemampuan RM Warung Kita dalam melakukan perbaikan kualitas layanan.
2. RM Warung Kita diharapkan melakukan evaluasi secara berkala terhadap perbaikan yang telah dilakukan dan disesuaikan dengan perkembangan dari rumah makan dan dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggawisastra R, Satalaksana I. Z, dan Tjakraatmadja H. J. (1979). Teknik Tata Cara Kerja. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management And Marketing: A Customer Relationship Management Approach* (2nd ed). Chichester: John Wiley and Sons, Ltd.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E., (2008). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Huam, H. T., Seng, S. M., Thoo, A. C., Rasli, A., & Hamid, A. B. A. (2011). *Consumers' Purchase Intentions in Fast Food Restaurants: An Empirical Study on Undergraduate Students*. International Journal of Business and Social Science, 2. Pp 214-221.
- Khan, M. (2006). *Consumer Behaviour and Advertising Management*. New Delhi: New Age International.
- Kotler, P. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Ed). New Jersey: Pearson.
- Lake, L. A. (2009). *Consumer Behavior For Dummies*. Director. Indiana: Wiley
- Nurmianto, E. (2008). Ergonomi : Konsep Dasar dan Aplikasinya, Edisi Kedua. Surabaya: Guna Widya.
- Setiadi, N. J. (2003). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media Group.
- Stevens, P., Knutson, B., and Patton, M., (1995) *DINESERV: a tool for measuring service quality in restaurants*, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly*, Vol. 36. pp.56-60.
- Mensah, I., & Mensah, R. D. (2018). *Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus*. Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing, 4(2), 27-36.

- Morison, D.G. (1979). *Purchase Intentions and Purchase Behavior*. Journal of Marketing, Vol. 15.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L., & Zeithaml, Valerie A. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. Journal of Retailing. Vol. 64.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*, Edisi kedua, Cetakan ke 3. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tontini, G., & Pico, J. D. (2010). *Improvement Gap Analysis*. *Managing Service Quality*, 20(6), 565-584. doi: 10.1108/09604521011092893.