

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran yang akan diberikan berdasarkan penelitian yang dilakukan. Kesimpulan akan dibuat berupa beberapa poin yang akan menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan berdasarkan pada proses penelitian. Sedangkan saran akan dibuat untuk memberi evaluasi kepada objek yang sedang dilakukan penelitian saat ini dan untuk penelitian yang akan datang.

V.1 Kesimpulan

Pada bagian kesimpulan akan berisikan hasil yang telah didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan mulai dari awal perumusan masalah, pengumpulan dan pengolahan data, serta analisis usulan perbaikan yang dibuat. Kesimpulan yang dibuat ini akan dibuat dengan beberapa poin yang merangkum hasil penelitian berdasarkan tujuan penelitian. Berikut merupakan poin-poin kesimpulan yang telah dibuat.

1. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan, terdapat 17 atribut kepuasan yang akan digunakan sebagai atribut penelitian dalam mengidentifikasi kepuasan pelanggan pada kedai kopi Se.Kilab. Tetapi setelah pengujian validitas menghasilkan 14 atribut penelitian yang valid untuk digunakan dalam penelitian.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA), terdapat 2 atribut pada kuadran I dan 4 atribut pada kuadran IV matriks IGA. Atribut-atribut tersebut merupakan atribut yang memiliki prioritas pembuatan usulan perbaikan kepuasan yang terdiri dari atribut mempunyai fasilitas yang nyaman (kursi dan meja) (T1), konsistensi rasa minuman (RE1), mempunyai fasilitas pendukung (wifi, board/card game, dan *smoking area*) (T2), memiliki interior yang menarik (T4), kemudahan menu untuk dipahami (RE2), kepekaan pelayan dalam melayani kebutuhan pelanggan (E1).

3. Berdasarkan 6 atribut yang dibuat usulan perbaikan, terdapat beberapa usulan perbaikan yang dibuat untuk mengatasi permasalahan dari masing-masing atribut. Berikut merupakan beberapa urutan usulan perbaikan berdasarkan hasil kuadran pada matriks IGA yang dirancang.
 - a. Penambahan alas permukaan busa dan bantal
 - b. Pemasangan pengganjal kaki meja
 - c. Pembuatan tabel rincian takaran bahan untuk tiap minuman
 - d. Memasang kipas angin gantung
 - e. Memasang pengharum ruangan
 - f. Pemasangan hiasan-hiasan pada dinding (bingkai foto kopi dan tanaman)
 - g. Pemasangan tulisan mural "Awat Kebalik"
 - h. Pemberian penjelasan pada tiap nama minuman
 - i. Penambahan gambar tampak minuman
 - j. Pembuatan aturan *shift* bekerja

V.2 Saran

Pada bagian saran akan berisikan mengenai hal-hal yang dapat membantu perbaikan dalam melakukan penelitian dengan topik yang sama berdasarkan kesimpulan yang telah dihasilkan. Saran yang dihasilkan diharapkan dapat diterapkan bagi kedai kopi Se.Kilab maupun peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama. Berikut merupakan beberapa saran yang telah dibuat.

1. Setelah mengetahui nilai performansi yang dihasilkan pada tiap atribut, diharapkan Se.Kilab mampu untuk mempertahankan performansi pada atribut yang sudah bernilai baik.
2. Dengan usulan perbaikan yang diberikan, diharapkan Se.Kilab melakukan evaluasi pada perbaikan yang telah dilakukan untuk melihat hasil performansi pada usulan perbaikan.
3. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti dapat melakukan identifikasi permasalahan kembali mengenai penentuan atribut yang akan berubah berdasarkan kepuasan pelanggan di lain waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyiah, N. S. (2019). Analysis of Factors Affecting Market Customer Loyalty with Satisfaction as an Intervening Variable in Abang-Adik Stores. *Benefita Journal: Development Economics, Business Management and Accounting*. Vol.4.
- Bitner, M. J., & Hubbert, A. R. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality. *The customer's voice*. dalam R. T. Rust & R. L. Oliver (Eds.), *Service quality: New directions in theory and practice* (pp. 79–94). London, UK: Sage.
- Budijaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 127-133.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- 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.
- Fransiscus, H., Sitorus, H., & Martin. (2013). Improvement Gap Analysis pada Rumah Makan X. *Indonesia Statistical Analysis Conference*.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing. A Customer Relationship Management Approach 2nd Edition*. UC Santa Cruz: John Wiley & Sons.
- Hair, J., William, B., Barry, J., & Rolph, A. (2010). *Multivariate data analysis, 7th edition*. United States: Prentice Hall.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations Management. Sustainability and Supply Chain Management*. England: Pearson.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dari 2*. Jakarta, Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. INDEKS.
- Manning, M., & Munro, D. (2006). *The Survey Researcher's SPSS Cookbook*. French Forest, NSW Australia: Pearson & SprintPrint.

- Nurtanto, M., Fawaid, M., Fargianti, Y., Ramdani, S. D., & Nurhaji, S. (2017). Faktor Pengaruh Minat Masuk Perguruan Tinggi Di SMK Serang. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Vol.14, No.1*, 11.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL. *A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.
- Rahma, A., Santoso, I., & Deoranto, P. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Servqual (Studi Kasus di Ria Djenaka Coffee House & Resto Malang). *Universitas Brawijaya*.
- Rossiter, J. R. (2002). The C-OAR-SE procedure for scale development in marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 305-335.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business*. 3rd Edition. New York: John Wiley & Sons.
- Sulibhavi, B., & Shivashankar, K. (2017). The Impact of Brand Image on Customer's Loyalty Toward Private Label Brands: The Mediating Effect of Satisfaction. Hubli-Dharwad Conglomerate City of Karnataka. *International Journal of Marketing & Financial Management*.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tontini, G., & Piccolo, J. (2010). Improvemnet Gap Analysis. *Managing Service Quality, Vol.20 (6)*, 564-584.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. Edisi 3. New York: Irwin McGraw-Hill.