

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan dari penelitian akan menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah ditentukan. Kemudian akan dibuat pula saran yang diberikan untuk MORE´ Coffee & Space dan juga untuk penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penenelitian yang dilakukan baik dari pengumpulan data, pengolahan data, hingga analisis terhadap hasil pengolahan data, didapatkan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian.

1. Berdasarkan hasil identifikasi atribut untuk mengevaluasi kualitas layanan pada MORE´ Coffee & Space, ditemukan 33 atribut yang dapat digunakan untuk evaluasi kualitas layanan pada MORE´ Coffee & Space.
2. Kualitas layanan di MORE´ Coffee & Space memiliki rata-rata gap atau skor SERVQUAL sebesar -1,93 dimana dapat diartikan bahwa kualitas layanan di MORE´ Coffee & Space dinilai kurang baik karena tidak dapat memenuhi ekspektasi dari pelanggan yang datang dan mendapatkan skor SERVQUAL dengan gap dibawah 0 atau negatif (-).
3. Tingkat kepentingan setiap atribut kualitas layanan pada MORE´ Coffee & Space berbeda-beda, Seluruh atribut memiliki rata rata tingkat kepentingan sebesar 5,976 yang dapat diartikan seluruh atribut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi. Berdasarkan pemetaan pada diagram IPA, prioritas perbaikan diberikan pada atribut yang berada pada Kuadran I yaitu antara lain adalah atribut: A20, A18, A17, A19, A23, A3, A7, A27, A6. Atribut pada Kuadran I menjadi prioritas

perbaikan karena memiliki performansi paling rendah dan tingkat kepentingan paling tinggi.

4. Berdasarkan atribut yang merupakan prioritas perbaikan diberikan usulan perbaikan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan pada MORE Coffee & Space. Terdapat 16 usulan perbaikan yang diberikan untuk 9 atribut yang menjadi prioritas perbaikan.

V.2 Saran

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai saran yang diberikan dari hasil penelitian yang dilakukan. Saran akan tertuju untuk MORE Coffee & Space dan juga untuk peneliti selanjutnya. Berikut merupakan saran dari penelitian.

1. Pemilik MORE Coffee & Space disarankan untuk dapat melakukan perbaikan pada seluruh atribut kualitas layanan dan menerapkan usulan perbaikan bagi atribut yang menjadi prioritas perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas layanan di tempatnya.
2. Pemilik MORE Coffee & Space dapat kembali menggunakan metode yang dilakukan penelitian ini kedepannya karena seiring berjalannya waktu akan terdapat perubahan dari ekspektasi ataupun kebiasaan pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan kembali dari hasil penelitian ini dan menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk dapat dikembangkan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmodjo, M. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Laju Pertumbuhan Penduduk (persen), 2020-2022. Diunduh dari: <https://www.bps.go.id/indicator/12/1976/1/lajupertumbuhan-penduduk.html> [Diakses 10 Januari 2023].
- Cerny, B.A., & Kaiser, H.F. (1977). *A Study of A Measure Of Sampling Adequacy For Factor-Analytic Correlation Matrices*. *Multivariate Behav Res.* 12(1):43-7.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling, Edisi II*. Universitas Diponegoro, Semarang
- Ginting, H.V., Widodo, K.H., & Purwadi, D. (2021). *Strategy formulation for increasing customer satisfaction based on service quality gap: a case study of branding coffee shop in Yogyakarta*. IOP Publishing Ltd.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th Edition*. New Jersey. Pearson Education, Inc.
- Haksever, C., Render, B., Russell, R. S., & Murdick, R. G. (2000). *Service Management and Operations (2 ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Investor.id. (2020). *Konsumsi Kopi di Indonesia*. *Investor.id*. Diunduh dari: <https://investor.id/business/222474/konsumsi-kopi-di-indonesia-naik-44> [Diakses 10 Januari 2023]
- Josh, R.B.G., Joyceann, C., Rec Louise, M., & Jamoralin, S.M.L., (2022). *Perceived Service Quality and its Relationship with Customer Satisfaction in Coffee Shop*. *International Journal of Management and Commerce Innovation*.
- Kemenperin.go.id. (2022, November). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022*. Diunduh dari: <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022#:~:text=Pertumbuhan%20industri%20makanan%20dan%20minuman,yang%20mencapai%204%2C88%25> [Diakses 10 Januari 2023].

- Kotler, P., & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lewis, R.C., & Booms, B. (1983). *The marketing aspects of service quality*. American Marketing Association Chicago. 99-104.
- Martilla, J. A., & James, J.C. (1977). *Importance Performance Analysis*. *The Journal of Marketing*. 41(1). 77-79.
- Nasution, N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Open Data Jabar. (2022, November). *Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Diunduh dari: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat> [Diakses 10 Januari 2023]
- Parasuraman, A. (2013). *A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implication For future Research*. *Journal Of Marketing*.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*. (64). 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1994). *Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research*. *The Journal of Marketing*, 58, 111-124.
- Pituch, K.A., & Stevens, J.P. (2016). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences*. *Open Journal of Social Science*, Vol.6;No.1
- Pelopor.id. (2022). *Industri Kopi Indonesia Rata-rata Tumbuh 25% Pertahun*. Diunduh dari: <https://pelopor.id/2022/06/25/industri-kopi-indonesia-rata-rata-tumbuh-25-pertahun/> [Diakses 11 Januari 2023].
- Santoso, S. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. PT Elex Media Kumputindo: Jakarta.

- Stevens, P., Knutson, B. and Patton, M. (1995). *Dineserv: A Tool for Measuring Service Quality in Restaurants*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 36, 56-60.
- Yuan, B.J.C., Chang, H.F., & Tzeng, G.H. (2012). *Evaluation of Service Quality Continuous Improvement in Coffee Shops*. Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries, Wiley Periodicals, Inc.