

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini akan dipaparkan beberapa kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada restoran Pecel Merapi. Kesimpulan yang diperoleh digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya pada Bab I. Sedangkan, saran yang diberikan diharapkan dapat membantu dalam mengatasi permasalahan pada restoran Pecel Merapi dan memperbaiki penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik. Kesimpulan tersebut diperoleh berdasarkan hasil penelitian, pengumpulan dan pengolahan data, serta analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan tersebut akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Tingkat kepuasan pelanggan pada Pecel Merapi saat ini adalah 1,46 (antara cukup puas dan puas). Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat ruang perbaikan yang dapat dilakukan agar tingkat kepuasan pelanggan mencapai nilai puas atau sangat puas.
2. Atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Pecel Merapi dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) adalah kamar mandi bersih (A8), waktu penyajian makanan cepat (A11), pelayanan diberikan secara cepat dan tepat (A17), pegawai mampu menjawab pertanyaan secara lengkap (A19), dan pegawai terlatih, berkompoten, dan berpengalaman (A23).
3. Usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Pecel Merapi berdasarkan prioritas atribut yang perlu diperbaiki adalah membuat *checklist* kebersihan harian kamar mandi, menambah peralatan masak baru (kompor *deep fryer*), membeli meja *preparation extra shap* dengan ukuran lebih besar, melakukan pembagian tugas untuk setiap pegawai, melakukan evaluasi pegawai berupa tes lisan secara rutin (triwulan), membuat Standar Operasional Prosedur (SOP)

untuk melayani pelanggan, dan melakukan tes *simulation roleplay* kepada calon pegawai saat proses rekrutmen.

V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang hendak disampaikan. Terdapat 2 jenis saran yang akan diberikan, yaitu saran untuk restoran Pecel Merapi dan saran untuk penelitian selanjutnya. Bagi restoran, pemilik disarankan untuk mempertimbangkan untuk mengimplementasikan usulan yang telah diberikan.

Selanjutnya, akan dijabarkan saran untuk penelitian selanjutnya. Evaluasi tersebut diberikan untuk memperbaiki kegiatan penelitian selanjutnya agar menjadi lebih baik. Berikut merupakan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan biaya sesungguhnya dari permasalahan yang diteliti.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengimplementasi usulan yang telah diberikan pada penelitian ini.
3. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menyusun kuesioner dengan menggabungkan dan mengacak pertanyaan fungsional dan disfungsional untuk menghindari bias dari responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. A., Ting, D. H., Ahmad-Ur-Rahman, M., Ali, S., Shear, F., & Mazhar, M. (2021). Effect of Online Reviews and Crowd Cues on Restaurant Choice of Customer: Moderating Role of Gender and Perceived Crowding. *Frontiers in psychology, 12*, 780863. Doi: 10.3389/fpsyg.2021.780863
- Anderson, E.W. and Mittal, V. (2000). Strengthening the Satisfaction-Profit Chain. *Journal of Service Research, 3*, 107-120. <https://doi.org/10.1177/109467050032001>
- Anoraga, P. (1998). *Psikologi Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (1986). *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basri, A. F. M., & Zainal, V. R. (2005). *Performance Appraisal: Sistem yang Tepat untuk Menilai Kinerja Karyawan dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Depkes RI. (2009). Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. indonesia. Diunduh dari <http://www.depkes.go.id/resources/download/general/UUNomor36Tahun2009tentangKesehatan.pdf>
- Doggett, A. M. (2005). Root Cause Analysis: A Framework for Tool Selection. *Quality Management Journal, 12*(4), 34–45. doi: 10.1080/10686967.2005.11919269
- Esther. (2021). Simulation Roleplay. Retrieved from Binus University Faculty of Humanities: <https://psychology.binus.ac.id/2021/05/25/simulation-role-play/>
- Finkelstein, S., & Hambrick, D. C. (1989). Chief Executive Compensation: A Study of the Intersection of Markets and Political Processes. *Strategic Management Journal, 10*(2), 121–134. doi: 10.1002/smj.4250100203
- Gustafsson, I.-B., Öström, Å., Johansson, J., & Mossberg, L. (2006). The Five Aspects Meal Model: A Tool for Developing Meal Services in Restaurants. *Journal of Foodservice, 17*(2), 84–93. doi: 10.1111/j.1745-4506.2006.00023.x

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis (Seventh edition Pearson new international)*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Hensley, S. (2000). Generations X and Y Drive Surge in Ethnic Cuisine. Retrieved September 20, 2004, from <http://www.restaurant.org/pressroom/pressrelease.cfm?ID=125>
- Ishikawa, K. (1982). *Guide to Quality Control*. Tokyo: Asian Productivity Organization.
- jdih.kemenparekraf.go.id. (1987). Ketentuan Usaha dan Pengelolaan Restoran Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi. Diunduh dari https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data_puu
- Kementerian Koperasi dan UKM. (n.d.). *PERKEMBANGAN DATA USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) DAN USAHA BESAR (UB) TAHUN 2018 - 2019*. Diunduh dari <https://kemenkopukm.go.id>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0 : Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (13th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kurian, G., & Muzumdar, P. (2017). Restaurant Formality and Customer Service Dimensions In The Restaurant Industry: An Empirical Study. *Atlantic Marketing Journal*, 6(1), 75–92.
- Limanseto, H. (2021, May 5). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. Retrieved April 18, 2021, from Biro Komunikasi, Layanan Informasi, dan Persidangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. Diunduh dari <https://ekon.go.id>
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran dalam Kompetisi Global*. Bandung: Indomedia Pustaka.
- Mayang, A. S., & Irawati. (2015). *Hearty Complaint Handling* (1st ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Merina, N. (2017, September 12). Apa Ekonomi Kreatif dan Pontensi Besar Bagi UKM. Retrieved March 11, 2021, from Portal Media Kewirusahaan dan Pelatihan, UMKM, UKM *Online* dan Peluang Usaha. Diunduh dari <http://goukm.id>

- Mohsan, F., Nawaz, M., Khan, M., Shaukat, M. Z., & Aslam, N. (2011). Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 2, 263–270.
- Nasution, M. N., & Sikumbank, R. F. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- O'Rourke, N., & Hatcher, L. (1994). *A Step-By-Step Approach to Using SAS System for Factor Analysis and Structural Equation Modeling* (2nd ed.). USA: SAS Institute.
- Reni, D., & Asmawati, S. (2018). Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah. *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 7(2), 5. doi: 10.47903/ji.v7i2.51
- Rivai, V. (2012). *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Maketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences* (2th ed.). New York: Holt Rinehart & Winston.
- Sailendra, A. (2015). *Langkah–Langkah Praktis Membuat SOP*. Yogyakarta: Trans Idea Publishing.
- Sandy, S. R. O., & Faozen. (2017). Pengaruh Reward dan Punishment Serta Rotasi Pekerjaan terhadap Motivasi Kerja untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Hotel di Jember. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 1(2),134-150.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Buku 2* (4th ed). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2000). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Singapore: John Wiley & Sons, Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sjabadhyni, B., Graitto, I., & Wutun, R. P. (2001). *Pengembangan kualitas SDM dari Perspektif PIO*. Depok : Bag. Psikologi dan Organisasi Fak. Psikologi UI.

- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). Dineserv: A tool for measuring service quality in restaurants. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 5–60. doi: 10.1016/0010-8804(95)93844-K
- Subakti, A. G. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan di Restoran Saung Mirah, Bogor. *Binus Business Review*, 5(1), 49–56.
- Subramaniam, M. (2022). *The Future of Competitive Strategy: Unleashing the Power of Data and Digital Ecosystems (Management on the Cutting Edge)*. United States: MIT Press.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Jurnal UNISIA*, 100–108.
- Sutarsih, T., & Candraningtyas, P. (2021). Statistik Penyedia Makan Minum 2019. *Statistik Penyedia Makan Minum 2019*. Diunduh dari <https://www.bps.go.id/publication>
- Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tambunan, M. R. (2013). *Pedoman Penyusunan Standard Operating Prosedur*. Bontang: Maiesta.
- Thomas, J. B., Peters, C. O., Howell, E. G., Robbins, K., Thomas, J. B. ;, Peters, C. O. ;, & Howell, E. G. ; (2012). Social Media and Negative Word of Mouth: Strategies for Handling Unexpected Comments. *Atlantic Marketing Journal*, 1(2), 87–108.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa* (2nd ed.). Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction* (5th ed.). Jogjakarta: Intermedia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tontini, G., & Dagostim Picolo, J. (2010). Improvement Gap Analysis. *Managing Service Quality*, 20, 565–584. doi : 10.1108/09604521011092893