

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran terhadap hasil penelitian yang dilakukan terhadap mutu layanan Bruder Coffee Roaster. Kesimpulan akan menjawab perumusan masalah penelitian. Sedangkan saran yang diberikan untuk pihak Bruder Coffee Roaster dan juga untuk penelitian serupa kedepannya.

V.1 Kesimpulan

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Berikut merupakan kesimpulan dari keseluruhan penelitian:

1. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan data yang telah diolah menggunakan metode SERVPERF, tingkat mutu layanan pada Bruder Coffee Roaster saat ini adalah 2,538 dari 5 dalam skala likert dimana nilai ini berada dibawah skala 3 (netral) dimana tingkat mutu layanan ini masih dibawah batas baik sehingga mutu layanan pada Bruder Coffee Roaster saat ini membutuhkan perbaikan.
2. Berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), terdapat 5 buah atribut yang berada dalam kuadran *1st priority* dimana membutuhkan perbaikan segera. Kelima atribut tersebut merupakan tempat memiliki fasilitas yang lengkap dan bersih (*area dining, wifi, toilet, stopkontak*), tempat memiliki interior dan dekorasi yang menarik, tempat memiliki suasana dan fasilitas yang nyaman, proses pembuatan menu pesanan dilakukann dengan cepat, dan ketepatan penyajian menu.
3. Berdasarkan hasil pencarian akar masalah, didapatkan 16 usulan perbaikan untuk meningkatkan tingkat mutu layanan di Bruder Coffee Roaster. 3 dari 16 atribut tersebut dipertimbangkan oleh pemilik. Adapun 13 usulan perbaikan yang diterima oleh pemilik Bruder Coffee Roaster yaitu mengganti *provider wifi* yang digunakan, menggunakan *wifi amplifier* di titik strategis, menerapkan penjadwalan rutin dan instruksi kerja pembersihan area *dining*, menerapkan penjadwalan rutin dan instruksi

kerja pada pembersihan toilet, menggunakan kursi dan meja yang mempunyai gaya yang seragam, menggunakan sekat peredam untuk mengatasi kebisingan, mengatur ulang tata letak meja dan kursi dengan jarak yang lebih luas, memiliki area *dining* yang *non-smoking*, menetapkan standar kecepatan pembuatan menu pesanan pada pekerja (pengetesan saat tahap perekrutan pekerja dan *on job training*), pelatihan pekerja secara rutin, memberikan penomoran pada setiap meja, menerapkan sistem pencatatan dalam pembuatan dan pengantaran pesanan pelanggan, dan menerapkan instruksi kerja penyajian menu.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil dari proses penelitian, terdapat beberapa saran yang diajukan bagi pemilik Bruder Coffee Roaster dan juga untuk peneliti selanjutnya agar menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi. Berikut merupakan saran yang diberikan yaitu:

1. Pihak Bruder Coffee Roaster sebaiknya mengimplementasikan usulan perbaikan yang diberikan guna meningkatkan tingkat mutu layanan Bruder Coffee Roaster
2. Sebaiknya peneliti selanjutnya dengan objek serupa menggunakan metode lain agar memperoleh perspektif lain dan baru terhadap evaluasi dan perbaikan mutu layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alford, B. L., & D. L. Sherrell (1996), *The Role of Affect in Consumer Satisfaction Judgements of Credence-Based Services*, *Journal of Business Research*, 37, 71-84
- Azwar, S. (2000). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Cambridge Dictionary of Philosophy.
- Chakrapani, P., K, Venkatesh, S.S Chandra, B. Arun Jyothi, P. Kumar, P. Amareshwari, A.R Rani. 2013. Phytochemical, Pharmacological importance of Patchouli (*Pogostemon cablin* (Blanco) Benth.9y an aromatic medicinal plant. *Int. J. Pharm. Sci. Rev. Res.*, 21(2): 7-15.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). *Measuring service quality: A reexamination and extension*. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68
- Dharmayanti (2006). *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, hal 35 – 43.
- Dhisasmito, P. P., & Kumar, S. (2020). *Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia)*. *British Food Journal*
- Engel. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*. 56(1), 6-21.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*, Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ginting, N. 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 Conference Series: Earth and Environmental Science*.
- Gronroos, C. (1984) *A Service Quality Model and Its Marketing Implications*. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44.
- Hair J.F., et al. (2010) *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Hariyanto. (2019, 17 Desember). Riset TOFFIN: Bisnis Kedai Kopi Makin Menggeliat di 2019. Diunduh dari: <https://www.industry.co.id/read/58786/riset-toffin-bisnis-kedai-kopimakin-menggeliat-di-2019>.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Bahasa, Peradaban, dan Informasi Islam*, 13(1), 187- 204.
- Kotler, P. (2000), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : PT. Indeks
- Lovelock, C., & Wright, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). *The Journal of Marketing*, Vol. 41, No. 1
- Malhotra, N.K. (2012). *Basic Marketing Research Integration of Social Media*(4th ed.). Boston: Pearson
- Metelka, S. (1991). *The Dictionary Of Hospitality, Travel and Tourism*. 264.
- Murdy, S., & Pike, S. (2012). *Perceptions of visitor relationship marketing opportunities by destination marketers: An importance-performance analysis*. *Tourism Management*. 33:1281-1285.
- Oesman, Y, M. (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value dan Customer Dependency*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, B.S., Anwar, M.F., & Hermawati, S. (2016). Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Situs Kaskus. *Journal National Conference On Information Technology (Citee)*.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. New York-USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Customer Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sweeny, J., C, & Soutar, G. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77 (2), 203-220.

- Tjiptono, Fandy. (2005). Pemasaran Jasa, indikator kepuasan pelanggan. Malang: Bayumedia Publishing. 7 maret 2020
- Tontini, G. dan Piccolo, J. D. (2010). Improvement Gap Analysis. *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 20, 565 ± 58.
- Wibisono, D. (2003), Riset Bisnis, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yazid. (1999). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- 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*.