

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan di bab 1, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik pelayanan yang dinilai penting (diurutkan dari yang terbesar) oleh pelanggan *Crescent Brunch House Bandung* adalah
 - Karyawan secara konsisten bersikap sopan kepada pelanggan. (**A3**), dengan nilai rata-rata sebesar 4.41
 - Karyawan melakukan pelayanan dengan benar sejak awal. (**R3**), dengan nilai rata-rata sebesar 4.37
 - Karyawan yang menunjukkan niat sepenuh hati untuk melayani pelanggan. (**E3**), dengan nilai rata-rata sebesar 4.35
 - Karyawan selalu memastikan tidak terjadi kesalahan pencatatan. (**R5**), dengan nilai rata-rata sebesar 4.34
 - Karyawan selalu bersedia untuk menanggapi permintaan pelanggan. (**Re3**), dengan nilai rata-rata sebesar 4.34

2. Kinerja pelayanan yang diberikan oleh *Crescent Brunch House Bandung* menurut pelanggan dapat dilihat dari kesenjangan antara tingkat kinerja *Crescent Brunch House Bandung* dengan tingkat kinerja *Ambrogio Patisserie*.
 - Kesenjangan dimensi *reliability* -0.37
 - Kesenjangan dimensi *responsiveness* -0.39
 - Kesenjangan dimensi *assurance* -0.39
 - Kesenjangan dimensi *empathy* -0.50
 - Kesenjangan dimensi *tangible* -0.41

Berdasarkan kesenjangan tersebut pelanggan *Crescent Brunch House Bandung* masih merasa kinerja pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan. Kesenjangan tertinggi berada pada dimensi *empathy* dengan

nilai -0.50 yang berarti pelanggan masih sangat tidak puas dengan kinerja *Crescent Brunch House Bandung* dalam hal *empathy*.

3. Perbaikan yang sebaiknya diprioritaskan oleh *Crescent Brunch House Bandung* untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan perhitungan tingkat kepentingan relatif adalah
 - Prioritas utama, *Crescent Brunch House Bandung* perlu melakukan perbaikan dalam hal pelayan terdekat harus mendatangi pelanggan, dan mengucapkan “ada yang bisa saya bantu?”
 - Perbaikan kedua, *Crescent Brunch House Bandung* perlu melakukan perbaikan dalam hal pelayan wajib melakukan *double-check order* kepada pelanggan, dan *head kitchen* wajib melakukan *double-check order* kepada pelayan yang menerima *order* pelanggan
 - Perbaikan ketiga, *Crescent Brunch House Bandung* perlu melakukan perbaikan dalam hal pelayan memberitahu kepada pelanggan estimasi waktu yang dibutuhkan untuk menangani permintaan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan kepada *Crescent Brunch House Bandung* untuk dapat meningkatkan pelayanannya adalah sebagai berikut:

1. *Crescent Brunch House Bandung* dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan karakteristik pelayanan yang dinilai penting oleh pelanggannya yaitu, (1) karyawan secara konsisten bersikap sopan kepada pelanggan, (2) karyawan melakukan pelayanan dengan benar sejak awal, (3) karyawan yang menunjukkan niat sepenuh hati untuk melayani pelanggan, (4) karyawan selalu memastikan tidak terjadi kesalahan pencatatan, dan (5) karyawan selalu bersedia untuk menanggapi permintaan pelanggan.
2. *Crescent Brunch House Bandung* perlu untuk lebih memperhatikan dimensi *emphaty* karena dimensi tersebut memiliki nilai kesenjangan paling besar - 0.50

3. Perbaiki kualitas pelayanan *Crescent Brunch House Bandung* dapat dilakukan berdasarkan nilai kepentingan relatif terbesar, yaitu:

- Pelayan terdekat harus mendatangi pelanggan, dan mengucapkan “ada yang bisa saya bantu?” (17.53%)

Pihak manajer atau pemilik *Crescent Brunch House Bandung* perlu untuk melakukan evaluasi ulang kepada setiap pelayan untuk lebih aktif lagi menghampiri pelanggan saat sedang diperlukan dan wajib untuk mengucapkan “ada yang bisa saya bantu?” kepada pelanggan.

- Pelayan wajib melakukan *double-check order* kepada pelanggan, dan *head kitchen* wajib melakukan *double-check order* kepada pelayan yang menerima *order* pelanggan (14.32%)

Pihak manajer atau pemilik *Crescent Brunch House Bandung* perlu untuk melatih lagi setiap karyawannya untuk selalu melakukan *double-check order* baik dari pelayan kepada pelanggan, maupun dari *head kitchen* kepada pelayan untuk lebih meminimalisir kesalahan pada pesanan pelanggan.

- Pelayan memberitahu kepada pelanggan estimasi waktu yang dibutuhkan untuk menangani permintaan pelanggan. (10.75%)

Setiap pelayan perlu untuk selalu memberikan estimasi waktu yang dibutuhkan ketika pelanggan meminta bantuan, agar pelanggan tidak merasa menunggu terlalu lama untuk sesuatu yang diminta dan dengan memberikan estimasi waktu juga pelayanan dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Saran lainnya yang dapat diberikan kepada *Crescent Brunch House Bandung* adalah pelayan dapat secara aktif bertanya kepada pelanggan untuk memberikan kritik dan masukan, selain itu pihak *Crescent Brunch House Bandung* juga dapat menaruh *QR Code* yang berisikan *link* kritik dan saran di setiap meja.

Manajer atau pemilik *Crescent Brunch House Bandung* perlu untuk melakukan evaluasi atau *meeting* setiap bulannya untuk membahas kinerja pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., Leone, R. P., & Day, G. S. (2013). *Marketing Research 11th ed.* New Jersey: John Wiley & Sons.
- Akao, Y. (1990). *QFD Integrating Costumer Requiremens Into Product Design.*
- Bandung, D. K. (2019). *Data Jumlah Cafe dan Restoran tahun 2019.* Retrieved november 2022, from Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung: <https://www.disbudpar.bandung.go.id/>
- Bandung, D. K. (2020). *Data Jumlah Cafe dan Restoran 2020.* Retrieved November 2022, from Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung: <https://www.disbudpar.bandung.go.id/>
- Besterfield, D. H. (2003). *Total Quality Management.* Pearson Education. Inc. New Jersey.
- Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You.* Massachusetts: Addison Wesley, Inc.
- Dale, B. G. (1994). *Managing Quality 2nd Ed.* New Jersey: Prentice Hall Intl Inc.
- Damanik, A. M. (2008). *Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen terhadap Coffe Shope De Koffie - Pot Bogor. Skripsi. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.*
- Fitzsimmons, J. A. (2011). *Service Management 7th Ed.* Singapore: McGraw-Hill.
- Gaspersz, V. (2001). *Total Quality Management 4th Ed.*
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS edisi 9.* Semarang.
- Heizer, J. R. (2011). *Operation Management 10th Ed.* New Jersey: Pearson.
- Heizer, J. R. (2017). *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management (12th ed).* United States of America: Pearson Education Inc.

- Kotler, P. (2000). *Marketing Management. Edisi Milenium*. Prentice Hall Intl, Inc new Jersey.
- Oakland, J. S. (2014). *Total Quality Management and Operational Excellence, 4th Ed*. London.
- Parasuraman, A. Z. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67, 420-450.
- Parasuraman, A. Z. (1998). *Journal of Retailing. SERVQUAL: A Multiple Item Scale For Measuring Costumers Perceptions of Service Quality*.
- Philip Kotler, K. (2012). *Marketing Management, 14th Ed*. Pearson Education.
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menysun Tesis*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Uma Sekaran, R. B. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach &th Ed*. Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service:Balancing Customer Perceptions and Expectations*.New York: The Free.