

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Dreams Social Life *cafe* Bandung dengan 100 responden, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendapat konsumen atas Kualitas Pelayanan Dreams Social Life *cafe*

Konsumen berpendapat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dreams Social Life *cafe* cukup buruk, hal tersebut ditunjukkan dengan rata-rata 2,88 dengan rentang skala 1-6. Dengan nilai rata-rata tersebut, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan cukup buruk, baik itu dalam segi dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. Akan tetapi indikator dimensi *tangible* memiliki angka rata-rata terendah yaitu sebesar 2,51 dimana konsumen mengalami kesulitan untuk mendapatkan pelayanan dari karyawan Dreams Social Life *cafe*. Selain itu, indikator dimensi *assurance* memiliki angka rata-rata terendah yaitu sebesar 2,68 dimana karyawan Dreams Social Life *cafe* tidak memiliki pengetahuan luas mengenai menu makanan dan minuman yang disediakan. Terakhir, indikator dari dimensi *assurance* memiliki angka rata-rata terendah yaitu sebesar 2,77 dimana karyawan tidak dapat memberikan rekomendasi makanan dan minuman pada konsumen.

2. Pendapat konsumen atas Kualitas Makanan Dreams Social Life *cafe*

Konsumen berpendapat bahwa kualitas makanan yang diberikan oleh Dreams Social Life *cafe* cukup buruk, hal tersebut ditunjukkan dengan rata-rata 3,05 dengan rentang skala 1-6. Dengan nilai rata-rata tersebut, dapat dijelaskan bahwa kualitas makanan cukup buruk, baik itu dalam segi dimensi *appealing presentation*, *healthiness*, *tastiness*, *freshness*, dan *temperature*. Namun, untuk dimensi menu *variety* mendapatkan nilai yang cukup baik sebesar 4,39 dikarenakan Dreams Social Life *cafe* menawarkan menu yang cukup bervariasi dan beragam. Akan tetapi indikator dimensi *healthiness* memiliki angka rata-rata terendah yaitu sebesar 2,41 dimana Dreams Social Life *cafe* tidak menawarkan menu sehat pada orang yang memiliki gaya hidup sehat. Selain itu, indikator

dimensi *freshness* memiliki angka rata-rata terendah yaitu sebesar 2,74 dan 2,80 dimana Dreams Social Life *cafe* tidak menjaga kesegaran dari makanannya dan sayuran serta daging tidak memiliki warna yang cerah dan alami.

3. Pendapat konsumen atas Loyalitas pada Dreams Social Life *cafe*

Konsumen berpendapat bahwa mereka memiliki tingkat loyalitas yang cukup rendah, hal tersebut ditunjukkan dengan rata-rata 3,11 dengan rentang skala 1-6. Dengan nilai rata-rata tersebut, dapat dijelaskan bahwa loyalitas pelanggan pada Dreams Social Life *cafe* cukup rendah, baik itu dalam segi dimensi melakukan pembelian ulang, membeli diluar lini produk atau jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan tampilkan kekebalan banding produk sejenis dari pesaing. Akan tetapi indikator dimensi merekomendasikan kepada orang lain memiliki angka rata-rata terendah yaitu sebesar 3,01 dan 3,07 dimana konsumen tidak akan merekomendasikan atau bahkan memberikan testimoni kepada teman/keluarga/kenalan. Selain itu, indikator pada dimensi membeli diluar lini produk atau jasa memiliki angka rata-rata terendah yaitu sebesar 3,09 dimana konsumen tidak akan membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh Dreams Social Life *cafe*.

4. Pengaruh atas Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Dreams Social Life *cafe*

Berdasarkan pada uji parsial melalui Uji T, didapatkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dan besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan yaitu sebesar 0,165 atau 16,5%. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 pada penelitian ini diterima.

5. Pengaruh atas Kualitas Makanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Dreams Social Life *cafe*

Berdasarkan pada uji parsial melalui Uji T, didapatkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari Kualitas Makanan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dan besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan yaitu sebesar 0,584 atau 58,4%. Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 pada penelitian ini diterima.

6. Pengaruh atas Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan secara bersamaan terhadap Loyalitas Pelanggan di Dreams Social Life *cafe*

Berdasarkan pada uji simultan melalui Uji F, didapatkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Makanan (X_2) secara bersamaan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Besarnya kontribusi Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Makanan (X_2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dapat dijelaskan dari nilai positif yaitu 0,627 atau 62,7% yang didapatkan dari pengujian koefisien determinasi (*Adjusted R*²). Maka dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa H_3 pada penelitian ini diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran untuk Dreams Social Life *cafe* dengan tujuan untuk membantu dalam mengelola *cafe* serta dapat memperbaiki masalah-masalah yang penulis temukan dan rasakan oleh konsumen Dreams Social Life *cafe* sendiri. Berikut merupakan saran yang ingin penulis sampaikan:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan Dreams Social Life *cafe* pada konsumen

Dreams Social Life *cafe* menawarkan kualitas pelayanan yang cukup buruk sehingga konsumen tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Dreams Social Life *cafe*, terutama pada indikator pada dimensi *tangible* dan dimensi *assurance*.

a. Konsumen dimudahkan untuk mendapatkan pelayanan dari karyawan Dreams Social Life *cafe*

Pada indikator dimensi *tangible*, agar memudahkan konsumen untuk mendapatkan pelayanan maka dapat dibuatkannya sebuah bel untuk memanggil karyawan. Sehingga ketika konsumen yang menekan bel maka akan terlihat dilayar bahwa meja sekian membutuhkan bantuan karyawan.

b. Karyawan Dreams Social Life cafe memiliki pengetahuan yang luas mengenai menu makanan dan minuman yang disediakan

Pada indikator dimensi *assurance*, penulis dapat memberikan saran bahwa Dreams Social Life *cafe* dapat memberikan pelatihan karyawan agar setiap karyawannya dapat memahami setiap standar prosedur operasional (SOP) serta melakukannya pemantauan kinerja untuk memastikan bahwa standar pelayanan selalu terpenuhi.

c. Karyawan Dreams Social Life cafe dapat memberikan rekomendasi makanan dan minuman pada konsumen.

Pada indikator dimensi *assurance*, Dreams Social Life *cafe* dapat memberikan pelatihan karyawan agar setiap karyawan bisa merekomendasikan makanan dan minuman yang baik kepada konsumen. Hal tersebut bisa dimulai dengan mempelajari bahan-bahan yang digunakan oleh Dreams Social Life *cafe*, serta rasa yang diberikan dikarenakan banyak konsumen yang kurang paham mengenai rasa yang ditawarkan baik itu untuk makanan maupun minuman.

2. Kualitas makanan yang diberikan Dreams Social Life *cafe* pada konsumen

Dreams Social Life *cafe* menawarkan kualitas makanan yang cukup buruk pada konsumen sehingga konsumen merasa tidak cukup puas dengan kualitas makanan yang diberikan oleh Dreams Social Life *cafe*, terutama pada dimensi *healthiness* dan dimensi *freshness*.

a. Menawarkan menu sehat pada orang yang memiliki gaya hidup sehat

Pada indikator dimensi *healthiness*, penulis memberikan saran untuk merancang berbagai menu pilihan yang sehat termasuk pilihan vegetarian dan rendah lemak. Hal tersebut bertujuan untuk menawarkan menu makanan sehat pada konsumen yang memiliki gaya hidup sehat.

b. Dreams Social Life *cafe* menjaga kesegaran dari makanannya

Pada indikator dimensi *freshness*, penulis memberikan saran untuk memprioritaskan bahan-bahan segar dan berkualitas tinggi. Dreams Social Life *cafe* harus memastikan bahan makanan disimpan dengan benar yang bertujuan untuk menjaga kesegaran dari sayuran dan daging yang

disimpan. Selain itu menggunakan rotasi stok seperti *first in first out* (FIFO) untuk menghindari bahan yang sudah lama dan tidak segar.

c. Sayuran dan daging memiliki warna yang cerah dan alami

Pada indikator dimensi *freshness*, Dreams Social Life *cafe* harus mempunyai tempat penyimpanan yang baik dan benar. Selain itu, suhu yang harus diterapkan untuk menaruh bahan makanan harus sesuai, baik itu untuk daging maupun sayuran. Untuk menjaga warna daging yang cerah dan alami, diperlukannya untuk membungkus daging dengan *vacuum sealing* untuk menjaga kesegarannya dan menghindari adanya oksidasi yang dapat membuat daging berubah warna. Selain itu, untuk menjaga warna sayuran, diperlukannya kantong plastik dan bahkan tempat penyimpanan yang tidak memiliki udara sama sekali. Hal tersebut juga serupa untuk penyimpanan daging dimana untuk mencegah oksidasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adryamarthanino, V., & Indriawati, T. (2023). *Julukan-julukan Kota Bandung*. Kompas.com.
<https://www.kompas.com/stori/read/2023/07/04/160000679/julukan-julukan-kota-bandung->
- Ahmudin, & Ranto, D. W. P. (2023). Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel di Yogyakarta. *Jurnal E-Bis*.
<https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1112>
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2022). *Marketing: An Introduction, Global Edition*. Pearson.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (STRATEGI, MENGUKUR KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN)*. Researchgate.com.
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Denan Porgram IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasanah, P. A. N., & Hanifah, L. (2023). Pengaruh Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim pada Cafe Bintang Sanga. *Journal of Education and Islamic Studies*. <https://doi.org/10.52620/jeis.v3i1.34>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing, Global Edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Education.
- Kumar, V., Leone, R. P., Aaker, D. A., & Day, G. S. (2018). *Marketing Research*. Wiley.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE KO.WE.COK DI SOLO. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
<https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Humati, L. T. H. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1215>

- Liliani, P. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA BEHAVIORAL INTENTION RESTORAN TOP YAMMIE. *Jurnal Bina Manajemen*. <https://doi.org/10.52859/jbm.v8i2.85>
- Purba, D., & Purba, M. (2022). Aplikasi Analisis Korelasi dan Regresi menggunakan Pearson Product Moment dan Simple Linear Regression. *Citra Sains Teknologi*. <https://doi.org/10.2421/cisat.v1i2.54>
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. 10.36778/jesy.v5i2.808
- Rozekhi, N. A., Hussin, S., Siddiqe, A. S. K. A. R., & Dahlia, P. (2016). The Influence of Food Quality on Customer Satisfaction in Fine Dining Restaurant: Case in Penang. *International Academic Research journal of Business and Technology*.
- Sagala, I., Zebua, Y., & Halim, A. (2019). THE IMPACT OF SERVICE QUALITY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. <https://doi.org/10.31538/ndh.v6i2.1430>
- Sandy, N. F., & Aquinia, A. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG (Studi Pada APOTIK K24 CABANG GUBUG). *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. 10.36778/jesy.v5i1.648
- Saragih, M. H., & Prayitta, A. D. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Dompot Digital Shopeepay sebagai Metode dan Teknik Pembayaran. *Jurnal Simki Economic*. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i1.156>
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 8e Evaluation Copy*. Wiley.

- Siaputra, H. (2020). BAGAIMANA KEAMANAN PANGAN, KUALITAS MAKANAN DAN CITRA MEREK MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.2.79-87>
- Thung, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MITRA GO-JEK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Bina Manajemen*. <https://wiyatamandala.e-journal.id/JBM/article/view/56>
- Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR. *Jurnal Sains Manajemen*. 10.51977/sainsm.v5i1.1007
- Wijaya, R. a., Qurratu'aini, N. I., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2922>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*. <http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>