

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti mengenai kualitas pelayanan *Christael Art Coffee* peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yang berhubungan dengan pemeriksaan operasional atas kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan *Christael Art Coffee*. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh *Christael Art Coffee* terkait kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan secara keseluruhan sudah cukup baik. Kebijakan dan prosedur sudah diberitahukan kepada setiap karyawan pada saat karyawan menandatangani kontrak kerja. Karyawan dipantau dan diarahkan dalam menjalankan tugas-tugasnya. Hal tersebut dilakukan agar karyawan terbayang dan lebih mengerti dalam menerapkan kebijakan yang terdapat di *Christael Art Coffee* dengan baik dan benar. Hampir semua karyawan sudah mengikuti kebijakan dan prosedur yang berlaku di *Christael Art Coffee* pada saat memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Akan tetapi karyawan terkadang lupa terhadap kebijakan dan prosedur yang berlaku sehingga terkesan tidak mematuhi kebijakan dan prosedurnya, seperti *waiters* tidak mengucapkan kembali pesanan yang telah dipesan oleh pelanggan, *waiters* salah dalam memberikan pesanan kepada pelanggan, proses penyajian makanan yang cukup lama dan memiliki rentang waktu yang signifikan antara makanan yang disajikan dengan minuman yang disajikan, *head chef* tidak menggunakan topi serta *head barista* yang tidak menggunakan topi dan sarung tangan, ada beberapa karyawan yang tidak memakai apron di saat jam operasi berlangsung, adanya *waiters* yang tidak ramah dalam melayani pelanggan, tidak peka terhadap kebutuhan pelanggan serta tidak responsif untuk melayani pelanggan. *Christael Art Coffee* memiliki tempat yang strategis, tetapi fasilitas parkir yang masih kurang memadai membuat pelanggan

juga susah untuk memarkirkan kendaraannya. Kondisi toilet terkadang yang kotor bila dikunjungi banyak pelanggan dapat membuat pelanggan tidak nyaman. Karyawan juga yang tidak cekatan untuk membersihkan meja dan kursi yang terkena air hujan dan daun yang jatuh di bagian *outdoor*.

*Christael Art Coffee* belum pernah membagikan kuesioner kepada pelanggan yang datang berkunjung untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai atau belum dengan ekspektasi pelanggan. Selama ini *Christael Art Coffee* menilai dari *review* yang tersedia di *Google*. Dengan begitu, *Christael Art Coffee* dapat mengetahui sejauh mana pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

2. Penilaian pelanggan atas kualitas pelayanan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Hasil kuesioner yang sudah dibagikan menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *Christael Art Coffee* kepada pelanggan adalah sangat baik. Hal tersebut dapat diketahui dari rata-rata skor untuk ke lima dimensi kualitas pelayanan yaitu sebesar 87,02%. Untuk dimensi *tangibles* diperoleh rata-rata akhir sebesar 90,12%. Untuk dimensi *reliability* diperoleh 87,28%. Untuk dimensi *responsiveness* diperoleh rata-rata akhir sebesar 83,36%. Untuk dimensi *assurance* diperoleh rata-rata akhir sebesar 90,96%. Untuk dimensi *empathy* diperoleh rata-rata akhir sebesar 83,4%. Seluruh rata-rata yang telah diperoleh memiliki skor akhir di atas 80% yang artinya sudah sangat baik, tetapi dapat diketahui bahwa masih terdapat kekurangan-kekurangan yang sebaiknya dapat diperbaiki oleh *Christael Art Coffee* karena dalam beberapa aspek masih ada yang di bawah rata-rata keseluruhannya. Perbaikan dilakukan agar kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh *Christael Art Coffee* kepada pelanggan dapat lebih baik lagi, sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat.

Berdasarkan hasil kuesioner terdapat 90% responden memberikan penilaian setuju atas pertanyaan apakah menurut anda, *Christael Art Coffee* telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan ekspektasi anda. 93% responden juga memberikan penilaian setuju atas pertanyaan apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan. 97% responden memberikan penilaian setuju atas pertanyaan apakah anda akan merekomendasikan *Christael Art Coffee* kepada orang lain. 97% responden juga memberikan penilaian setuju atas pertanyaan

apakah anda tertarik untuk datang kembali ke *Christael Art Coffee*. Dengan begitu dapat diketahui bahwa mayoritas dari pelanggan sudah merasa pelayanan yang diberikan oleh *Christael Art Coffee* sudah sesuai dengan harapan, pelanggan juga datang berkunjung sudah puas dengan pelayanan yang diberikan, pelanggan juga merekomendasikan *Christael Art Coffee* kepada orang lain, dan pelanggan tertarik untuk datang kembali ke *Christael Art Coffee*. *Christael Art Coffee* kepada dapat mengambil tindakan-tindakan berupa perbaikan berdasarkan pada rekomendasi-rekomendasi yang sudah diberikan peneliti dalam rangka untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Christael Art Coffee* kepada para pelanggannya. Dengan melakukan tindakan berupa perbaikan dan peningkatan diharapkan *Christael Art Coffee* dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya, dengan begitu ketika pelanggan merasa puas, pelanggan dapat datang lagi dan merekomendasikan *Christael Art Coffee* kepada keluarga dan teman-temannya mengingat berdasarkan hasil dari kuesioner, banyak dari responden merupakan pelanggan yang baru pertama kali datang ke *cafe* sehingga *first impression* dari pelanggan harus sesuai dengan harapan dan ekspektasi pelanggan dan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

3. Manfaat yang dapat diperoleh *Christael Art Coffee* dengan adanya pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan adalah *cafe* dapat mengetahui dimensi-dimensi kualitas pelayanan mana yang masih kurang memadai dan juga dapat mengetahui penilaian langsung dari responden terhadap kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh *Christael Art Coffee*. Dengan mengetahui penilaian responden atas kualitas pelayanan jasa yang diberikan, membuat *Christael Art Coffee* mengetahui dimensi-dimensi apa yang perlu ditingkatkan ke arah yang lebih baik. Selain itu dengan dilakukannya pemeriksaan operasional atas kualitas pelayanan jasa, *Christael Art Coffee* dapat mengetahui kelemahan-kelemahan apa saja yang masih dimilikinya terkait dengan kualitas pelayanan yang sudah diberikan *Christael Art Coffee* kepada pelanggan. Peneliti juga memberikan rekomendasi yang dapat digunakan oleh *Christael Art Coffee* untuk melakukan perbaikan atas hal-hal tersebut. Dari rekomendasi yang diberikan kepada *Christael Art Coffee* diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan *Christael Art Coffee*.

## 5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti menguraikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh *Christael Art Coffee* dalam melakukan perbaikan atas kualitas pelayanan yang diberikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Saran yang diberikan oleh peneliti terkait kualitas pelayanan jasa yaitu sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan dimensi *tangibles*:
  - a. Untuk *Christael Art Coffee*, yaitu: Memperluas kawasan parkir yang dimiliki oleh *cafe* dengan cara menjalin kemitraan dengan pemilik lahan parkir terdekat serta dapat menjalin kemitraan dengan pusat perbelanjaan di kawasan ruko yang berbeda di sebelah *cafe*. Memberikan kanopi yang lebih optimal untuk membantu menghalangi hujan dan membersihkan daun-daun dan air yang turun ke atas meja dan kursi dengan lebih rutin di bagian *outdoor*. Memberi tulisan di dalam toilet berupa “Tolong disiram setelah selesai menggunakan toilet, terima kasih.” Memiliki satu petugas rutin khusus untuk merawat seluruh toilet yang ada di dalam *cafe* baik dari kebersihan toilet dan ketersediaan *tissue* di dalam toilet. Memberikan ilustrasi gambar untuk menu makanan dan minuman yang favorit atau laku terjual, sertakan keterangan singkat yang menjelaskan nama hidangan atau minuman, serta ciri khasnya. Menambah satu *staff* dapur dan satu *staff bar* untuk membantu *Head Chef* dan *Head Barista* dalam melakukan *plating*. Memperbaiki akustik dari *cafe* dengan cara melakukan pemasangan panel akustik di dinding dan langit-langit *cafe* dan memberikan penerangan atau lampu tambahan yang optimal untuk setiap sudut *cafe*.
  - b. Untuk *waiters*, yaitu: Selalu memastikan kondisi meja dan kursi bagian *outdoor* dalam keadaan bersih dan siap pakai bagi pelanggan. Selalu memastikan kondisi toilet yang tersedia tetap terjaga kebersihannya serta kenyamanannya, serta memastikan *tissue* yang ada di dalam toilet pasti tersedia dalam jumlah yang memadai. Menghafal menu makanan dan minuman agar dapat menjelaskan kepada pelanggan.
2. Berkaitan dengan dimensi *reliability*:
  - a. Untuk *Christael Art Coffee*: Melaksanakan pelatihan rutin untuk karyawan yang mencakup keterampilan pelayanan pelanggan, manajemen stres, dan

- teknik relaksasi. Menyediakan tempat *tissue* di setiap mejanya agar *tissue* tidak perlu dibawa oleh *waiters* karena sudah tersedia di atas meja. Melakukan *briefing* setiap hari sebelum *cafe* dibuka untuk mengingatkan kepada setiap karyawan untuk bersikap ramah dan berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan. Memberikan *shift* kerja di tengah hari agar karyawan dapat beristirahat atas pekerjaan yang telah dilakukan selama setengah hari. Memiliki satu karyawan lagi yang bertugas sebagai kasir tetap. Membuat menu secara *digital* dalam bentuk *QR Code* yang dapat di *scan* oleh pelanggan yang datang. Memiliki satu mesin EDC untuk dijadikan cadangan.
- b. Untuk karyawan, yaitu: Gunakan waktu istirahat dengan optimal untuk menghilangkan stres. Setiap melayani pelanggan yang datang, selalu memeriksa apakah *tissue* yang tersedia di atas meja masih terisi atau tidak, Lebih komunikatif kepada pelanggan agar tidak terjadi salah komunikasi. Ulang kembali pesanan yang telah dicatat kepada pelanggan.
  - c. Untuk *head chef*, yaitu selalu mencicipi setiap bumbu atau saus makanan sebelum siap dicampur dengan makanan kepada pelanggan.
3. Berkaitan dengan dimensi *responsiveness*:
    - a. Untuk *Christael Art Coffee*, yaitu: Menambah tiga *waiters* lagi untuk dapat melayani pelanggan secara optimal dan bisa membagikan *jobdesc* kepada seluruh *waiters* untuk *stand by* di setiap lantainya. Melakukan evaluasi di dapur untuk menganalisis alur kerja di dapur dan identifikasi titik-titik kemacetan. Atur ulang tata letak dapur jika diperlukan untuk memastikan efisiensi pergerakan dan komunikasi antar *head chef* dan *chef*. Melakukan *briefing* karyawan setiap pagi sebelum jam operasional mulai. Mengingatkan juga kepada karyawan untuk tetap waspada dan perhatikan sinyal non-verbal dari pelanggan.
    - b. Untuk *head chef*, yaitu: Menyiapkan bahan baku yang berasal dari *freezer* terlebih dahulu dan menyiapkan bumbu-bumbu dan bahan dasar yang akan digunakan. Merespon keluhan pelanggan dengan cara melakukan evaluasi dengan *staff* dapur, *owner*, dan karyawan lainnya untuk meminta pendapat atau *feedback*. Melakukan *batch cooking*.
  4. Berkaitan dengan dimensi *assurance*:

- a. Untuk *Christael Art Coffee*, yaitu: Memiliki satu *supervisor* atau *general manager* yang sungguh-sungguh dapat dipercaya oleh *owner* untuk selalu mengawasi operasional *cafe*. Membuat SOP (*Standard Operating Procedure*) secara tertulis lengkap dan terperinci dalam bentuk *hard copy* ataupun *digital*. Bernegosiasi dengan *supplier* alternatif agar harga yang diberikan tidak mahal dan jauh berbeda dengan *supplier* utama. Menyediakan topi untuk *head chef* dan topi serta sarung tangan *head barista* untuk membantu mereka dalam proses memasak dan pembuatan minuman. Membuat aturan dalam pemberian kompensasi yang sebanding yaitu pihak *café* meminta maaf terlebih dahulu, memiliki satu menu makanan atau minuman gratis, memberikan potongan harga yang tetap untuk kompensasi yang diberikan.
5. Berkaitan dengan dimensi *empathy*:
- a. Untuk *Christael Art Coffee*, yaitu: Memasang QR Code di meja kasir agar pelanggan dapat memberikan *feedback* langsung bila ada pelanggan yang ingin memberikan *feedback* setelah pelanggan datang ke *café*. Membuat *standard* untuk keluhan mengenai rasa yang diberikan oleh *head chef*. Memasang sebuah peringatan “BERIKAN SENYUM, SAPA, DAN SALAM” di dinding *cafe*. Menambah satu *supervisor* lapangan untuk mengingatkan, mengawasi, dan melakukan evaluasi.
  - b. Untuk *owner*, yaitu: seluruh *review* atau *feedback* yang didapatkan melalui media sosial ataupun langsung dari pelanggan dapat direspon secara cepat dan melakukan evaluasi dengan karyawan yang bersangkutan
  - c. Untuk *head chef*, yaitu: setiap keluhan yang diberikan pelanggan mengenai rasa makanan yang diberikan, perlu dievaluasi dengan langsung dengan cara meninjau kembali seluruh resep yang ada untuk setiap menu makanan, memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk melakukan testimoni atas rasa makanan yang disajikan

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan agar *Christael Art Coffee* selalu melakukan pemeriksaan operasional atas kualitas pelayanan secara berkala di setiap tahunnya secara konsisten. Hal tersebut bertujuan untuk dapat mengurangi kekurangan yang dimiliki. Sehingga pihak *Christael Art Coffee* dapat melakukan tindakan berupa perbaikan atas kekurangan tersebut dalam upaya untuk meningkatkan

kepuasan pelanggan *Christael Art Coffee*. Dengan begitu, demikian kesimpulan dan saran yang dapat peneliti berikan untuk *Christael Art Coffee*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., Day, G. S., & Leone, R. P. (2013). *Marketing research* (11th ed.). Wiley
- Arens, A. A., Elder, R. J., & Beasley, M. S. (2017). *Auditing and Assurance Services*. New Jersey: Pearson.
- Astari, S. P. (n.d.). Pengaruh Penerapan Tren Budaya Korea (*Korean Wave*) dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Restoran-Restoran Korea di Kota Bandung). Retrieved from [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1857/6/UNIKOM\\_Syarida%20Puspa%20Astari\\_21216701\\_Bab%201.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1857/6/UNIKOM_Syarida%20Puspa%20Astari_21216701_Bab%201.pdf)
- Foster, S. (2017). *Management Quality: Integrating The Supply Chain 6 ed.* Brigham Young University: Pearson.
- Foster, S. T. (2007). *Managing Quality: Integrating The Supply Chain (3<sup>rd</sup> ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (12th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson
- Kotler, P. dan Keller, K. (2016). *Principles of Marketing (16<sup>th</sup> ed.)*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Marketing Manager*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Mustafa, A. (2010). *Metode Penelitian Deskriptif*. Gramedia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press
- Reider, R. (2002). *Operational Review (3<sup>rd</sup> ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting information systems* (14th ed.).  
Pearson

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building  
approach* (7th ed.). Wiley.

Tjiptono, F. (2011). *Service management: Mewujudkan layanan prima* (2nd ed.).  
Andi Offset.