

Bab 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari responden yang pernah berkunjung ke Café Monsoon, didominasi oleh perempuan dengan rata-rata usia memiliki rentang dari 21-30 tahun, sebagian besar responden memiliki pendapatan per bulan sebesar >Rp3.000.000,00 yang sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai, dan sebagian besar yang pernah berkunjung ke Café Monsoon mengetahui Café Monsoon melalui media sosial, dan dalam waktu satu bulan sebagian besar 1 kali mengunjungi Café Monsoon.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa kualitas makanan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kepuasan konsumen yaitu 49,1%. Dilihat dari hasil uji regresi linier berganda dibuktikan bahwa variabel kualitas makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Café Monsoon. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa jika kualitas makanan Café Monsoon meningkat, hal tersebut akan turut meningkatkan kepuasan konsumen di Café Monsoon. Begitu juga dengan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan juga terhadap kepuasan konsumen Café Monsoon, hal ini juga diartikan jika kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen Café Monsoon juga meningkat. Hipotesis uji F menunjukkan

variabel kualitas makanan dan variabel kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Café Monsoon, Bandung. Dilihat dari nilai beta dari *Standardized Coefficients* kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan lebih besar terhadap kepuasan konsumen di Café Monsoon, Bandung dibandingkan dengan kualitas makanan.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan pada sub bab sebelumnya, maka ada hal yang dapat disarankan dari peneliti untuk Café Monsoon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum kualitas pelayanan paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, maka sebaiknya dipertahankan dan ditingkatkan. Saran yang diberikan peneliti adalah

- Memberikan pelayanan yang sesuai dengan motto yang diciptakan café Monsoon dalam jangka panjang
- Memberikan pengarahan dan motivasi kepada karyawan
- Memperbaharui informasi kepada karyawan mengenai menu sehingga karyawan dapat menjelaskan dengan yakin kepada konsumen sehingga konsumen tidak ragu dalam melakukan pemesanan, hal tersebut akan membangkitkan kepercayaan konsumen
- Memberikan soft skill agar karyawan selalu ramah dan memahami keinginan konsumen

- Memberikan evaluasi kepada karyawan jika melakukan kesalahan sehingga karyawan dapat melakukan pelayanan dengan cepat tetapi dilakukan dengan benar.

Sementara itu kualitas makanan secara umum juga sudah baik tetapi tidak sebaik kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen oleh sebab itu peneliti memberi saran agar ditingkatkan lagi kualitas makanan dan minuman di Café Monsoon dengan cara menjaga kesegaran bahan-bahan makanan yang disajikan agar tetap *fresh*, mengembangkan tampilan makanan dan minuman agar lebih menarik sehingga konsumen tergiur untuk mencoba, dan menjaga serta mengembangkan cita rasa yang khas yang dimiliki oleh Café Monsoon, dan memberikan inovasi terhadap menu yang ditawarkan agar lebih bervariasi sehingga konsumen mendapat banyak pilihan menu.

Daftar Pustaka

- Adinugraha, A., & Michael H, S. (2015). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Presepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen D'Cost Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Management Jasa*.
- Aditama, A. P. (2013). Jogja Resto dan Galeri Restoran dan Galeri Seni Lukis di Yogyakarta.
- Ahmad A. Al-Tit. (2015). The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention. *Asian Social Science*.
- Andrew, J. (2015). Skripsi Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Salon Key Kota Bekasi.
- Anggraeni, D., Sudono, A., & Turgarini, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Sushi Den Bandung. *Gastronomy Tourism*.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 114-126.
- Canny, I. (2013). The Role of Food Quality, Service Quality, and Physical Environment on Customer Statisfaction and Future Behavioral Intentions in Casual Dining Restaurant. *Konferensi Nasional Riset Manajemen VII*, 6.
- Cronin.Jr, J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality - A Reexamination And Extension. *Journal of Marketing*, 55-68.
- Erfiana, W., Sucipto, & Ikasari, D. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Jepang Saboten Shokudo Malang. *Jurnal Lulusan TIP FTP UB*.
- Ferdinand, P. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferree, M. (1973). *WHAT IS FOOD QUALITY?*, 36.
- Ferree, M. (1973). What is Food Quality ? *Journal of Food Distribution Research*, 36.
- Gagić, S., Tešanović, D., & Jovičić, A. (2013). The Vital Components of Restaurant Quality that Affect Guest Satisfaction. *Turizam*, 166-176.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 . In e. 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. (2016). Testing The Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 31-40.
- Hayati, Y. H., & Sekartaji, G. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 49-56.
- Juanim. (2004). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran*. Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. United States of America: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. United States of America: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*.
- Kurriwati, N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal Trunojoyo*, 48-55.
- Liu, C. A., Hartiati, A., & Yuarini, D. A. (2015). Analisis Faktor Kualitas Produk dan Jasa Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pia Sinar Abadi BALI. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Argoindustri*.
- Lumintang, G., & J, R. J. (2015). Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. *EMBA*, 1291-1302.
- Marsum, A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*.
- Mulyono, B., Yoestini, Nugraheni, R., & Kamal, M. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 92.
- Munhurrun, P. R. (2012). Perceived Service Quality in Restaurant Services : Evidence From Mauritius. *International Journal of Management an Marketing Research*.
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Preceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 23.

- Petzer, P. D., & Mackay, D. N. (2014). Dining atmospherics and food service quality as predictors of customer satisfaction at sit-down restaurant. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*.
- Prandita, L., & Styo, S. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Sogo Departemen Store. *Ilmu Manajemen*.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. (2012). Kualitas Produk dan Kuliatas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Dinamika Kepariwisata Vol. XI No. 2*, 13-23.
- Prayogo, E., & Oei, T. P. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di The Carpentier Surabaya. *Jumal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 602-612.
- Priyatno, D. (2009). *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putro, S., Brahmana, R., & Semuel, P. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jumal Manajemen Pemasaran*, 1-9.
- Raharjani, J. (2005). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja. *Jurnal Study Manajemen dan Organisasi*.
- Risnawati, & Huda, N. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perumahan Komplek Amd Permai Banjarmasin). *Wawasan Manajemen*, 43-55.
- Sarwono, J. (2014). Mengubah Data Ordinal ke Data Interval dengan Metode Suksesif Interval (MSI). *jonathansarwono.info*, 250-259.
- Schiffman, L., Kanuk, L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*.
- Sekaran, U. (2003). Research Method for Business. In U. Sekaran, *Research Method for Business*. Southern Illinois.
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Sugiyanto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jumal Manajemen Pemasaran Petra Vol 1, No 2*, 1-10.
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta Bandung.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati, & Osmond, J. (2011). Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Loving Hut Surabaya.
- Widodo, P. (2012). Hubungan Antara Service Quality Dengan Kepuasan Konsumen di Restoran X. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*.
- Wulandari, N., & Mudiantono. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KOPIKITA Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1-9.