

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Para pelaku bisnis di bidang kuliner dapat melakukan *benchmarking* terhadap keempat *cafe* sebagai standar kualitas pelayanan yang sesuai dengan persepsi ideal konsumen. Suatu *cafe* harus dapat memiliki kualitas makanan, *empathy*, *responsiveness*, *assurance*, dan *reliability* yang lebih baik atau setidaknya setara dengan pelayanan yang diberikan oleh Hummingbird. Pada aspek kemudahan parkir, kebersihan, *atmosphere*, dan *food quantity*, suatu *cafe* harus dapat bersaing dengan Ambrogio. Sedangkan dalam aspek *decoration*, Please Please Please merupakan *cafe* yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan karena menurut responden *cafe* tersebut memiliki *interior* yang paling menarik. *Cafe* Hummingbird dan Ambrogio bersaing secara ketat karena memiliki kualitas pelayanan yang hampir sama. Selain itu, *cafe* Sejiwa dan Please Please Please memiliki kemiripan, namun kemiripan tersebut diluar dari indikator penilaian konsumen dalam penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

1. Saran bagi para pelaku bisnis yang baru akan memulai usahanya di bidang kuliner agar dapat melihat kelebihan yang dimiliki oleh calon pesaing, sehingga bisnis yang nantinya akan dijalankan dapat memiliki keunggulan tersendiri ataupun setidaknya dapat mengembangkan dari keunggulan yang dimiliki oleh calon pesaing.
2. Saran bagi Sejiwa dan juga Please Please Please untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dikarenakan kedua *cafe* tidak memiliki kedekatan dengan aspek kualitas pelayanan manapun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adixio, R. F., & Saleh, L. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3, 151-164.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (1999). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Barber, Goodman, & Goh. (2011). Restaurant Consumers Repeat Patronage: a service quality concern. *International Journal of Hospitality Management*.
- Djekic, I., Kane, K., Tomic, N., Kalogianni, E., Rocha, A., Zamioudi, L., & Pacheco, R. (2016). Cross-cultural consumer perceptions of service quality in restaurants. *Nutrition & Food Science*, 46, 827-843. doi:10.1108/NFS-04-2016-0052
- Ha, & Jang. (2010). Effects of Service Quality and Food Quality: the moderating role of atmospheric in an ethnic restaurant segment. *International Journal of Hospitality Management*.
- Huriartanto, A., Hamid, D., & Shanti, P. (2015). Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat.
- Kalra. (2001). Restaurant Business. *Please Please Me*.
- Kang, S., Nobuyuki, O., & Herbert, D. (2004). Service Quality and its Effects on Customer Satisfaction and Customer Behavioural Intention: Hotel and Ryokan Guests in Japan. *Asian Pacific Journal of Tourism Research*, 9(2), 189-203.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kruskal, J. B., & Wish, M. (1978). *Multidimensional Scaling*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Kukanja, M., Omerzel, D. G., & Bukovec, B. (2017). A Restaurant Quality Model Based On Marketing Factors. *E+M Ekonomie a Management*, 20, 157-171. doi:http://dx.doi.org/10.15240/tul/001/2017-1-011
- Malhotra, N. K. (2004). *MARKETING RESEARCH: An Applied Orientation*. Pearson Education International.
- Markovic, S., Raspor, S., & Dorcic, J. (2011). What Are The Key Dimensions Of Restaurant Service Quality? An Empirical Study In The City Restaurant Settings. *Tourism in South East Europe*, 1, 235-249.
- Naude, P., & Rudansky-Kloppers, S. (2016). Perceptions Of Customers Regarding Their Expectations Of Service Quality In South African Full-Service Restaurants. *The International Business & Economics Research Journal (Online)*, 15.
- O, M., Hattingh, Z., & J Moolman, H. (2014). The effect of restaurant attributes on customers' expectations and experiences in formal full service restaurants in

- Port Elizabeth, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 3 (1)*.
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1991). Refinement and Reassessment of the Servqual Scale. *Journal of Retailing*.
- Payne, A. (2001). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi and. Pearson Education.
- Rambat, L., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramseook-Munhurrun, P. (2012). Perceived Service Quality In Restaurant Services: Evidence From Mauritius. *International Journal of Management And Marketing Research*.
- Riduwan. (2002). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Ritonga, M. J. (2005). *Riset Kehumasan*. Jakarta: Grasindo.
- Robbins, S. P. (1996). *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Santoso, S. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat Konsep Dasar dan Aplikasi Menggunakan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono Wirawan, S. D. (1976). *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: PT. Bulan Bintang.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (1999). *Consumer Behaviour* (7th ed.). Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Methods for Business*. Chichester: Wiley.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Soekresno. (2000). *Manajemen Food and Beverage Servis Hotel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudono, S. R., Rohayati, Y., & Puspita, I. A. (2017). Rancangan Positioning Radio Zora Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Metode Multidimensional Scaling. *e-Proceeding of Engineering: Vol.4, No.2*, 2960.
- Sugiarto, E., & Sulartiningrum, S. (1998). *Pengantar Akomodasi dan Restaurant*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suharyati, & Adrianus, F. (2013). Analisis Perceptual Mapping Terhadap Produk Sepeda Motor Sport. *BINA WIDYA, Volume 24 No 3*, 151-162.
- Tjiptono. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Trianawati, Y. D., Amani, D. I., & Wulandari, S. (2016). Analisis Positioning Program Magister Teknik Informatika Universitas Telkom Berdasarkan Perceptual Map dengan Metode Multidimensional Scaling.. *e-Proceeding of Engineering : Vol.3, No.3*, 5085.
- Wibowo, Eddy, S., Ruswanti, E., & Januarko, U. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi*, 4.
- Wish, M., & Carroll, J. D. (1982). Multidimensional Scaling and Its Applications. *Handbook of Statistics*, 317-345.