

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pemeriksaan operasional yang telah dilakukan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas makanan pada Restoran K dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, berikut adalah kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil yang diperoleh berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

1. Berdasarkan uji statistik uji t, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $9,966 > 1,9847$ dan nilai signifikansi atau nilai Sig. lebih kecil dari taraf signifikansi (α) yaitu $0,000 < 0,05$. Kemudian kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,569 > 1,9847$ dan nilai signifikansi atau nilai Sig. lebih kecil dari taraf signifikansi (α) yaitu $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan hasil uji statistik uji F, kualitas pelayanan dan kualitas makanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran K. Dibuktikan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $59,429 > 3,09$. Nilai signifikansi atau nilai Sig. lebih kecil dari taraf signifikansi (α) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi 0,551 berarti kualitas pelayanan dan kualitas makanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 55,1%.

Pada uji regresi, persamaan regresinya adalah $Y = -1,430 + 0,202X_1 + 0,186X_2$. Nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,202 untuk variabel kualitas pelayanan dan 0,186 untuk variabel kualitas makanan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang diberikan maka kepuasan konsumen di Restoran K akan semakin meningkat. Dapat dilihat bahwa pengaruh dari kualitas pelayanan lebih besar dari kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Berdasarkan total skor rata-rata akhir dari hasil kuesioner, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen secara keseluruhan sangat baik yaitu sebesar 80%.

Walaupun tingkat kepuasan konsumen telah sangat baik, namun dalam kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang diberikan oleh restoran masih terdapat penilaian dari konsumen terhadap kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang dikategorikan masih belum baik. Seperti, pada dimensi *tangible* penilaian konsumen terhadap pernyataan ketersediaan *condiment* yang tersedia mendapat skor sebesar 58% dengan kategori cukup, kemudian pada pernyataan fasilitas pendukung terutama AC sudah memadai hanya mendapat skor sebesar 54% dengan kategori cukup. Pada dimensi *responsiveness*, penilaian konsumen terhadap pernyataan pramusaji menawarkan camilan mendapat skor sebesar 57% dengan kategori cukup. Sedangkan pada kualitas makanan pada pernyataan menu makanan yang ditawarkan bervariasi hanya mendapat skor sebesar 54% dengan kategori cukup.

Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kelemahan-kelemahan dalam kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang diberikan, sehingga masih terdapat responden yang belum merasa puas. Maka kelemahan-kelemahan yang terdapat di restoran harus diperbaiki agar kepuasan konsumen tetap terjaga dan semakin meningkat.

3. Selama ini Restoran K belum pernah dilakukan pemeriksaan operasional. Maka dilakukan pemeriksaan operasional atas kualitas pelayanan dan kualitas makanan guna mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen pada Restoran K berdasarkan hasil skor akhir pada kuesioner sudah sangat baik, namun masih terdapat beberapa kelemahan yang membuat konsumen menjadi tidak puas sehingga menjadi perhatian, yaitu :
 - a. Kebijakan restoran yang masih kurang memadai. Ditandai dengan belum adanya SOP, *job description* secara tertulis, tidak dilakukannya *briefing*, serta tidak adanya sanksi yang tegas. Dalam hal ini, kebijakan yang masih kurang memadai dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti tidak adanya panduan yang jelas, adanya informasi penting yang tidak tersampaikan, terjadinya kesalahan yang berulang.

- b. Kualitas pelayanan yang diberikan masih kurang memadai. Berdasarkan hasil penilaian dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu dimensi *tangible*, *reliability*, *reponsiveness*, *assurance*, *emphaty*, serta berdasarkan wawancara, observasi, kritik dan saran yang dikategorikan belum baik seperti, waktu tunggu saat akan memesan lama, tidak disediakan bumbu pelengkap pada meja makan, lupa dalam menyajikan camilan untuk konsumen, fasilitas AC yang belum memadai, tata letak lampu hiasan yang terlalu menyorot, pramusaji yang kurang ramah. Hal tersebut menjadi hal yang sangat penting dan harus diperhatikan karena dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti waktu tunggu yang lama, ruangan menjadi panas sehingga menyebabkan konsumen menjadi tidak betah dan nyaman makan di Restoran K.
 - c. Variasi makanan yang kurang beragam. Hal ini ditunjukkan dengan kurangnya variasi pada menu makanan yang disediakan pihak restoran, sehingga konsumen merasa bosan akan variasi menu yang sedikit, dan dapat menurunkan kepuasan konsumen.
4. Dalam pemeriksaan operasional, pihak restoran dapat mengetahui perbaikan yang harus dilakukan guna memperbaiki kualitas pelayanan dan kualitas makanan melalui rekomendasi yang diberikan kepada pihak restoran dalam upaya untuk menjaga serta meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga diharapkan dapat mengatasi masalah dan kelemahan yang ada. Dengan teratasinya masalah dan kelemahan tersebut maka diharapkan kepuasan konsumen Restoran K meningkat sehingga Restoran K dapat bersaing dan dapat terus berkembang.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut merupakan saran yang diberikan kepada pihak Restoran K guna meningkatkan kepuasan konsumen:

1. Dibuat SOP, struktur organisasi, *job description* agar karyawan memiliki pedoman secara jelas dalam melakukan pekerjaannya sehingga dapat mengurangi terjadinya kesalahan, dan kegiatan operasional dapat berjalan secara lancar.
2. Diberlakukannya *briefing* setiap hari nya yang dilakukan pada saat pagi hari sebelum kegiatan operasional dimulai, saat pergantian *shift*, dan saat restoran

tutup agar informasi maupun pengarahan dapat disampaikan dengan tepat sehingga meminimalisir terjadinya kesalahan.

3. Menerapkan sanksi yang tegas dan penerapan *employee of the month* agar karyawan merasa dihargai dan menjadi terpacu dalam memberikan kinerja terbaik dan meminimalisir karyawan untuk melakukan kesalahan.
4. Adanya penambahan pramusaji dengan membuka lowongan magang yang dipekerjakan saat hari libur / *weekend* guna membantu restoran yang sedang ramai agar kinerja menjadi lebih efisien sehingga kepuasan konsumen tetap terpenuhi.
5. Melakukan *maintenance* secara berkala untuk fasilitas yang disediakan terutama AC yang tidak berfungsi sehingga konsumen merasa nyaman berada di restoran dan tidak kepanasan.
6. Meletakkan bumbu pelengkap dan camilan / makanan pelengkap di atas meja makan masing-masing, serta memberikan *tray* atau wadah untuk bumbu pelengkap sehingga pekerjaan dari pramusaji menjadi lebih efisien dan konsumen merasa puas dalam mengatur rasa makanan sesuai dengan keinginan masing-masing tanpa harus meminta diambilkan dan mengambil camilan yang diinginkan.
7. Merapikan kembali meja makan yang telah digunakan agar konsumen tidak tersorot oleh lampu hiasan serta mematikan lampu hiasan pada saat siang hari agar pada siang hari restoran tidak terkesan panas.
8. Diberlakukan kebijakan untuk memberikan salam kepada konsumen yang datang dan ketika meninggalkan restoran dengan menerapkan 3S yaitu “Senyum, Sapa, Salam” agar konsumen merasa dihargai dan merasa puas telah mendatangi Restoran K.
9. Melakukan pengembangan variasi pada menu makanan berdasarkan informasi yang diberikan dari bagian akuntansi terkait menu mana yang kurang laku dan digantikan dengan variasi menu yang baru agar menu yang ada di restoran selalu diperbarui sehingga konsumen tidak merasa bosan.
10. Melakukan pemeriksaan operasional setidaknya satu tahun sekali untuk melihat prosedur yang dijalankan telah sesuai dan untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi dari Restoran K sehingga Restoran K dapat bersaing dan *going concern*.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari internet:

<https://www.beritasatu.com/dunia/365477/presiden-prioritaskan-pengembangan-industri-kreatif>

<https://finance.detik.com/industri/d-3985814/menperin-industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-923>

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/26/100000826/tips-mudah-sukses-usaha-kuliner-dengan-waralaba>

Sumber dari buku dan jurnal:

Al-Tit, A. (2015). The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention. *Asian Social Science*, 11 No. 23.

Arens, A. A., Beasley, M. S., Elder, R. J., & Hogan, C. E. (2017). *Auditing and Assurance Services*. London: Pearson Education Limited.

Arikunto, S. (2010). *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: Rhineka Cipta.

Canny, I. U. (2013). The Role of Food Quality, Service Quality, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Future Behavioral Intentions in Causal Dining Restaurant.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. 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*.

Hussain, M. A. (2015). Management Accounting and performance measures in Japanese banks. *an international journal*, 2.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, k. l. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education Limited.

Levine, D. M., Stephan, D. F., & Szabat, K. A. (2014). *Statistics for Managers*. Harlow: Pearson Education Limited.

- Mccrindle. (2012). *Generations Defined : 50 years of change over 5 generations*.
Diambil kembali dari Mccrindle.com.au:
<https://mccrindle.com.au/insights/blog/generations-defined-50-years-change-5-generations-resource/>
- Munhurrun, P. R. (2012). Perceived Service Quality in Restaurant Services :
Evidence From Mauritius. *International Journal of Management an
Marketing Research*.
- Ninemeier, J. D., & Hayes, D. K. (2011). *Restaurant Operation Management*. New
Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *delivering quality service*.
new york: the free press.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS : Pengolahan data & analisis data*.
Bantul: startup.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan
SPSS*. Yogyakarta: Gavamedia.
- Prof. Dr. Samuel, H., & Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan
Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen
Restoran Happy Garden Surabaya. Hal 5.
- Qin, H., Prybutok, V. R., & Zhao, Q. (2009). Perceived service quality in fast- food
restaurants: Empirical evidence from China. *International Journal o of
Quality and Reliability Management*, 424-437.
- Reider, R. (2002). *Operational Review : Maximum Result at Efficient Cost*. New
Jersey: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methors for Business* (seventh ed.). John
Wiley & Sons.
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:
Alfabeta.
- Tjiptono. (2011). Dalam B. A. Parasuraman, *SERVQUAL : A Multiple Item Scale
For Measuring Consumer Perception Of Service Quality*. *Journal Of
Retailing* (hal. 198).
- Tjoanoto, M., & Kunto, S. (2013). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer
Satisfaction Di Restoran Jade Imperial.
- Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2009). *Services Marketing*. New York:
McGraw Hill International Edition.