

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

6.1.1 Kesimpulan Berdasarkan Tanggapan Responden

1. Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan berdasarkan peringkat, diambil 3 pernyataan paling atas yang dimana ketiga pernyataan tersebut dikategorikan sangat setuju yaitu pramusaji apabila dipanggil cepat datang dengan nilai rata-rata 4.17, pegawai Ozt Café ramah terhadap konsumen yang datang dengan nilai rata-rata 4.15 dan pegawai Ozt Café sigap dalam memberi pelayanan ke pelanggan dengan nilai rata-rata 4.15. Dapat diambil kesimpulan dari pernyataan diatas, terdapat 3 pernyataan yang paling menonjol pada Ozt Café . Dapat dinyatakan sangat setuju karena mereka sudah melakukan *action* pada pernyataan tersebut dalam melayani konsumen.
2. Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan berdasarkan peringkat, diambil 3 pernyataan paling bawah yang dimana ketiga pernyataan tersebut dikategorikan setuju yaitu menu yang dipesan tidak lama dengan nilai rata-rata 3.93, sigap membantu konsumen yang butuh bantuan (mencari kursi) dengan nilai rata-rata 3.86, pegawai Ozt Café cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan dengan nilai rata-rata 3.85. Hal ini harus bisa ditanggapi oleh Ozt Café

agar bisa meningkatkannya lagi dalam kualitas pelayanan menurut pernyataan diatas.

3. Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian berdasarkan peringkat, diambil 3 pernyataan paling atas yang dimana ketiga pernyataan tersebut dikategorikan sangat setuju yaitu saya puas terhadap makanan dan minuman steak di Ozt Café dengan nilai rata-rata 4.33, saya mencari informasi terlebih dahulu dari berbagai informasi restoran steak yang ada di Bandung dengan nilai rata-rata 4.28 dan saya memutuskan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang ke Ozt Café dengan nilai rata-rata 4.26. Dapat diambil kesimpulan dari pernyataan diatas, terdapat 3 pernyataan yang paling menonjol pada dimensi keputusan pembelian. Dapat dinyatakan sangat setuju karena pelanggan sudah melakukan *action* pada pernyataan tersebut dalam melayani konsumen.
4. Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan berdasarkan peringkat, diambil 3 pernyataan paling bawah yang dimana ketiga pernyataan tersebut dikategorikan setuju yaitu saya membandingkan restoran steak Ozt Café dengan restoran steak yang telah diperoleh dengan nilai rata-rata 4.17, saya memiliki kebutuhan untuk makan diluar rumah (seperti restoran, café, rumah makan, dll) dengan nilai rata-rata 4.13, saya menilai Ozt Café dengan pesaingnya dengan nilai rata-rata 4.07. Hal ini harus bisa ditanggapi oleh Ozt Café

agar bisa meningkatkannya lagi dalam kualitas pembelian menurut pernyataan diatas.

6.1.2 Kesimpulan Berdasarkan Statistik

- a. Berdasarkan hasil analisis korelasi dengan SPSS v.20 dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 0.334 berada pada interval (0,20 – 0,399) yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah dan berkategori mempunyai hubungan yang lemah.
- b. Pada perhitungan uji t, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Ozt Café Bandung. Bisa dilihat dari hasil t hitung sebesar 4,310 dan t tabel sebesar 1,976. Melalui perhitungan tersebut diambil keputusan H0 ditolak dan H1 diterima.

6.2 Saran

Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden kualitas pelayanan berdasarkan peringkat, maka diambil 3 pernyataan paling bawah yang ketiga termasuk kategori setuju. Pada pernyataan paling bawah, dikatakan bahwa urutan paling bawah memiliki skor yang rendah. Maka dari itu peneliti akan memberikan saran untuk pernyataan yang paling bawah tersebut:

1. Pernyataan pada dimensi responsiveness yaitu menu yang dipesan tidak lama. Saran untuk Ozt Café, sebaiknya pihak Ozt Café harus lebih lagi melakukan perbaikan dalam hal memasak, seperti memasak steak dan pemotongan bahan-bahan agar dapat

mempercepat waktu proses pemasakan. Dan setiap koki di Ozt Café harus diberikan pelatihan dalam memproses masakan yang akan disajikan kepada pelanggan.

2. Pernyataan pada dimensi reliability yaitu sigap membantu konsumen yang butuh bantuan (mencari kursi), sebaiknya pihak Ozt Café harus dapat membantu pelanggan dalam hal mencari kursi. Terkadang ketika Ozt Café sedang ramai dengan banyak kunjungan pelanggan sampai tidak dapat tempat duduk. Hal ini harus bisa diperbaiki oleh Ozt Café. Peneliti memberikan saran kepada Ozt Café bahwa harus ditambahkan lagi saran meja dan kursi. Walaupun ada biaya yang keluar tetapi dapat membuat pelanggan nyaman.
3. Pernyataan pada dimensi responsiveness yaitu pegawai Ozt Café cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan, sebaiknya Ozt Café membuat kertas untuk dapat diisi oleh pelanggan masukan atau keluhan apa saja yang dapat diperbaiki oleh Ozt Café atau ketika dapat diperbaiki langsung Ozt Café harus segera langsung memperbaiki seperti makanan yang dipesan tidak sesuai, Ozt Café harus mengganti menu tersebut agar sesuai dengan pesanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Garvin, S. E. (2013). *Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. (2010). In *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kementrian Perindustrian. (2016). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 9,8 Persen Triwulan III 2016*. Retrieved from Siaran Pers: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16650/Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-9,8-Persen-Triwulan-III-2016>
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Keempat belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson Education.
- M. Zainal Arifin & Pikri Azhari. (Desember 2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Karya. *Jurnal Ai Qardh, Volume V, Nomor 2*.
- Sendy Octavia & Puspa Juwita. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kredit Kepemilikan Rumah Pada Btn Kantor Cabang Surabaya Kcp Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol 1 Nomor 1*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

- Toriq, M. (2014). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Service Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm*. Singapore: McGraw-Hill International Edition.