

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dibahas mengenai kesimpulan-kesimpulan atas hasil pengolahan data dan analisis penelitian beserta saran-saran perbaikan yang diberikan bagi Restoran L dan penelitian selanjutnya. Kesimpulan dan saran tersebut akan dibahas dalam subbab berikut ini.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan, berikut adalah kesimpulan-kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini.

1. Kualitas pelayanan di Restoran L memiliki *gap* sebesar -1,347 di mana menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Restoran L masih dikatakan belum cukup baik karena tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan Restoran L.
2. Kualitas pelayanan Restoran L terhadap kepuasan pelanggan memiliki dampak yang berbeda-beda. Terdapat empat kategori KANO berdasarkan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Kategori pertama adalah *Must Be* dengan empat atribut pelayanan, *One Dimensional* dengan enam atribut, *Attractive* dengan delapan atribut, dan *Indifferent* dengan tujuh atribut.
3. Usulan perbaikan yang diberikan kepada Restoran L berdasarkan tingkat kepentingan dimensinya adalah sebagai berikut.
 - a. Memberikan insentif bagi karyawan yang bekerja merangkap tugas, memberikan pelayanan yang baik, dan memberikan usaha lebih dalam melayani pelanggan, membersihkan area makan, dan membersihkan toilet.
 - b. Diadakan briefing dan evaluasi dengan karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan setiap restoran buka maupun tutup, juga menggali saran dari pelanggan secara langsung dengan guest comment card

- c. Membuat standar desain pada area parkir yang sesuai dengan image restoran seperti plang dengan logo restoran dan dekorasi yang sesuai image.
- d. Menambah kipas angin atau ac portable di lantai 1.
- e. Membuat standar pada buku menu agar foto makanan sesuai dengan yang disajikan.
- f. Membuat standar pelayanan untuk waktu penyajian makanan dengan meminta saran secara langsung dari pelanggan.
- g. Membuat prosedur yang baku mengenai tata cara melayani pelanggan, seperti apa yang dilakukan pada saat pelanggan datang, apa kata-kata yang tepat untuk memberi kenyamanan pelanggan, dan bagaimana prosedur ketika ada terjadi kesalahan dengan meminta maaf dan menenangkan pelanggan.
- h. Membuat prosedur secara tertulis bagaimana jika terjadi kesalahan, ada penggantian makanan dan sebagainya tergantung dari jenis kesalahannya
- i. Membuat standar tertulis untuk karyawan selalu siaga ketika ada waktu kosong untuk memperhatikan selalu ke pelanggan agar ketika pelanggan membutuhkan sesuatu dengan memanggil karyawan, maka karyawan dapat langsung siap melayani pelanggan.

V.2 Saran

Setelah didapatkan kesimpulan dari hasil penelitian kualitas layanan di Restoran L, dapat diberikan beberapa saran untuk pihak restoran dan penelitian selanjutnya sebagai berikut.

1. Manajer Restoran L disarankan menerapkan usulan perbaikan yang telah diberikan dengan mengikuti urutan prioritas perbaikan yang telah ditentukan.
2. Manajer Restoran L dapat menerapkan kembali metode yang dilakukan pada penelitian ini kedepannya karena seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, harapan pelanggan dapat berubah.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi dan dapat dikembangkan lebih lanjut lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (1986). *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basfirinci, C., Mitra, A. (2014). *A Cross Cultural Investigation of Airlines Service Quality through Integration of Servqual and the Kano Model, Journal of Air Transport Management*.
- Berger, C., Blauth, R., Bolster, C., Burchill, G., DuMouchel, W., Pouliot, F., Walden, D. (1993). *Kano's Method for Understanding Customer-Defined Quality. The Center for Quality Management Journal, Vol. 2 (4), pp. 3 – 36*.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. (2016). *Data Jumlah Usaha Restoran di Bandung*. Bandung: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
- Gronroos, C. (1984). *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Lexington, Mass: Lexington Books.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th ed*. Pearson. Prentice Hall: New Jersey.
- Kano, N., Seraku, N., Takahashi F., dan Tsuji S. (1984). *Attractive Quality vs Must Be Quality. Journal of the Japanese Society for Quality Control, Vol. 14, No. 2, pp.39-48*.
- Kotler, P. (1995). *Marketing jilid II*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management 11st edition*. Prentice Hall: New Jersey.
- Lovelock, C. H. (1994). *Service Marketing*.
- Marsyangm. (1999). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Payne, A. (2001). *The Essence of Service Marketing*. Andi dan Pearson Education (Asia) Pte.Ltd: Yogyakarta.
- Rambat, Lupiyoadi, dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat
- Roscoe, J.T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioural Sciences, 2nd edition*. New York: Holt Rinehart & Winston.

- Stevens P, Knutson B, and Patton M. (1995). *DINESERV: a Tool for Measuring Service Quality in Restaurants*. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* Vol. 36. 56–60.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia: Malang.
- WA, Marsum. (2000). *Restoran dan Segala Permasalahannya Edisi 3*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Zeithaml, Parasuraman & Berry. (1990). *Delivering Quality Service - Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.