

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan dari penelitian yang dilakukan di Warkop Bardiman Yogyakarta ini adalah sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode *customer satisfaction index* (CSI) dengan persentase 77% dan secara tabel interpretasi pelanggan merasa puas akan tetapi perusahaan tetap harus melakukan perbaikan dikarenakan persaingan kuliner di Yogyakarta sangat lah besar terlihat jelas pembangunan-pembangunan *café-cafe* di Yogyakarta sedang meningkat maka dari itu agar Warkop Bardiman Yogyakarta tidak kalah bersaing dengan *café-cafe* lainnya, pihak perusahaan harus mencapai ataupun mendekati 100%.
2. Pada pengolahan data dengan metode *service quality* untuk perolehan nilai *gap* yang dilakukan terlihat atribut – atribut yang memiliki nilai negatif dan berarti nilai persepsi pelanggan terhadap pelayanan masih kurang dari harapan/ ekspektasi yang diinginkan. Pada kelima dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* semua dimensi tersebut memiliki nilai *gap negativ* (-) diantaranya *tangible* pernyataan atribut Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, wastafel, tempat ibadah, live musik, *wifi*), Memiliki interior dan dekorasi yang menarik, Memiliki ruangan yang nyaman dan leluasa, dan Memiliki karyawan yang bersih dan rapi dengan nilai *gap* diantaranya -0,6 , -0,26, -0,53, dan -0,5 sehingga memiliki rata-rata *gap tangible* sebesar -0,472, *reliability* dengan pernyataan atribut diantaranya Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (-0,46), Kesesuaian menu yang disajikan terhadap pesanan (-0,35), Kemudahan mendapatkan informasi Kafe melalui media sosial (-0,46), dan Kecepatan waktu penyajian yang sesuai (-0,51) dengan rata-rata *gap* -0,445 kemudian *responsiveness* pernyataan atribut tersebut adalah Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu (-0,42), Kesiediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu (-0,36), Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi (-0,48),

Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan (-0,6) dengan nilai rata-rata *gap* sebesar -0,465 selanjutnya *assurance* dengan pernyataan setiap atribut diantaranya Karyawan menguasai informasi produk (-0,15), Pelanggan merasa restoran memiliki reputasi yang baik (-0,28), Kemudahan dalam pembayaran (-0,15) dan Kafe bersedia mengganti , makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan (-0,01) dengan nilai rata-rata *gap* sebesar -0,147 dan yang terakhir dimensi *emphaty* dengan pernyataan atribut diantaranya Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami (-0,13), Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen (0,04), Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih dan maaf jika terjadi sesuatu hal) (-0,62), Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen (-0,01) dengan nilai rata-rata *gap* sebesar -0,18.

3. Berdasarkan data yang diperoleh, atribut/ faktor pelayanan yang perlu ditingkatkan dilihat dari *output* melalui diagram Kartesius, atribut yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan yaitu keseluruhan atribut yang masuk dalam kuadran A untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu:
 - Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, wastafel, tempat ibadah, live musik, *wifi*)
 - Memiliki ruangan yang nyaman dan leluasa
 - Memiliki karyawan yang bersih dan rapi
 - Kemudahan mendapatkan informasi Kafe melalui media sosial
 - Kecepatan waktu penyajian yang sesuai
 - Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu
 - Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan
 - Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih dan maaf jika terjadi sesuatu hal)

6.1 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat saran yang direkomendasikan untuk meningkatkan persentase kepuasan pelanggan dan menanggulangi penilaian *gap* yang negatif agar dapat berbalik menjadi positif. Dan rekomendasi ini sesuai dengan apa yang dilihat saat dilakukannya penelitian, sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi *Warkop Bardiman* untuk mengetahui atribut pelayanan apa saja yang perlu diperbaiki dan atribut apa saja yang pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan memenuhi harapan pelanggan.
2. Untuk memperbaiki beberapa atribut negatif pada penelitian ini yang harus dilakukan oleh *Warkop Bardiman* adalah melakukan dekorasi yang memiliki tema pada semua kalangan umur , sehingga pelanggan tidak terganggu dengan dekorasi yang ada, kemudian menggunakan sistem pemesanan *Table Service* dan memperbaiki pola pemesanan agar pesanan yang disajikan sesuai dengan pesanan yang telah dipesan, membutuhkan mesin debit sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi kemudian memberikan edukasi tentang standar pelayanan kepada karyawan agar kemampuan karyawan lebih meningkat seperti memiliki *mindset* bahwa pelanggan adalah orang penting dan melakukan evaluasi berkala agar karyawan tidak mengulangi kesalahan-kesalahan yang dapat terulang