

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk konsumen langsung, atribut dengan nilai gap terendah adalah ‘karyawan memilihkan tempat duduk yang sesuai untuk konsumen’ dengan nilai *gap* sebesar 0,04. Adapun *gap* tertinggi berada di atribut ‘tempat parkir luas’ dengan nilai *gap* sebesar -1,36. Untuk Konsumen sekitar (Warga), atribut dengan nilai gap terendah adalah ‘restoran terlihat bersih’ dengan nilai gap sebesar -0,43. Adapun gap tertinggi adalah atribut ‘parkir pengunjung kendaraan restoran tidak mengganggu’ dengan nilai gap sebesar -1,10. Dari analisis perhitungan kualitas pelayanan jasa untuk konsumen langsung didapatkan bahwa dimensi yang mempunyai kinerja terendah adalah dimensi *tangible* dengan nilai Q sebesar 0,861 dan dimensi dengan kinerja tertinggi adalah *emphaty* dengan nilai Q sebesar 0,954. Untuk kualitas pelayanan jasa konsumen sekitar (warga) didapatkan bahwa dimensi yang mempunyai kinerja terendah adalah *responsiveness* dengan nilai Q sebesar 0,808 dan dimensi yang mempunyai kinerja tertinggi adalah *emphaty* dengan nilai Q sebesar 0,863.
2. Atribut ‘tempat parkir luas’ adalah atribut yang memiliki gap tertinggi untuk konsumen langsung dengan nilai *gap* sebesar -1,36 dan atribut ‘parkir pengunjung kendaraan restoran tidak mengganggu’ juga adalah atribut dengan gap tertinggi dengan nilai gap sebesar -1,10. Hal ini menunjukkan bahwa lahan parkir yang dimiliki restoran masih belum memuaskan, baik untuk konsumen langsung maupun untuk konsumen sekitar. Oleh karena itu sebaiknya pihak restoran dapat memusatkan fokus perbaikan pada masalah ini. Adapun hal yang dapat dilakukan adalah bisa melibatkan konsumen sekitar dalam pengaturan parkir restoran agar parkir dapat lebih teratur dan tidak mengganggu konsumen sekitar dalam beraktivitas. Atau dapat memberi sumbangsih dana atau pembagian hasil

kepada konsumen sekitar jika lahan konsumen sekitar sewaktu-waktu terpakai karena banyaknya konsumen langsung yang datang ke restoran. Untuk konsumen langsung, hal yang menjadi permasalahan adalah pada atribut ‘penyajian makanan cepat’ yang menempati peringkat 29 dari 30 atribut. Hal ini mengindikasikan selain lahan parkir, kecepatan penyajian makanan pun menjadi keluhan bagi para konsumen. Pihak restoran dapat memasang layar televisi, menambah sedikit volume suara musik yang dirasa kurang terdengar untuk mengatasi perasaan konsumen yang bosan, atau dapat menyediakan bahan bacaan untuk mengalihkan perhatian konsumen dari perasaan lama menunggu makanan. Pihak restoran sendiri harus memperbaiki atau mengoptimalkan sistem manajemen pelayanan makanan agar makanan yang dipesan dapat dihidangkan dengan lebih cepat.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti dapat memberi saran untuk perusahaan sebagai berikut:

1. Pihak restoran dapat memberi informasi lebih baik ke konsumen dengan tulisan-tulisan di dinding dengan tulisan yang mudah dibaca dan dilihat agar konsumen lebih memahami kualitas pelayanan yang terdapat di restoran.
2. Melibatkan konsumen sekitar dalam permasalahan yang mempunyai *gap* tertinggi, yaitu parkir.
3. Menyediakan kotak saran atau keluhan di restoran. Pihak restoran memang telah menyediakan layanan sms pengaduan saran atau keluhan. Namun akan lebih baik lagi jika menyediakan kotak saran atau keluhan yang langsung bisa dimasukkan konsumen di restoran guna memperbanyak pilihan konsumen untuk memberikan aspirasi kepada restoran.

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Melakukan penelitian ke lebih dari satu gerai restoran Waroeng Spesial Sambal (SS) guna mendapatkan data yang lebih lengkap terkait kepuasan pelanggan secara umum di Waroeng Spesial Sambal (SS).

2. Menggunakan Dimensi *Environment* dan menganalisisnya dari dampak sosial maupun lingkungan.