

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran terhadap hasil penelitian.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik/*tangible* (X1), kehandalan/*reliability* (X2), daya tanggap/*responsiveness* (X3), jaminan/*assurance* (X4) dan empati/*emphaty* (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan (bermakna) secara terhadap kepuasan konsumen Café Fat Louie Malang,

Dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 28.047 dengan nilai signifikansi (0.000) yang jauh lebih kecil dari alpha 0.05, bahwa keragaman dari kepuasan konsumen Café Fat Louie Malang ditentukan oleh adanya faktor-faktor kualitas pelayanan dalam persamaan regresi $Y = 2.148 + 0.112 X_1 + 0.244 X_2 + 0.269 X_3 + 0.148 X_4 + 0.166 X_5$. Nilai koefisien determinasi diperoleh dari nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,722 atau 72.2%. Ini membuktikan bahwa 72.2%. variasi Kepuasan konsumen di Café Fat Louie Malang dipengaruhi oleh variasi Kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 27,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari model penelitian ini.

2. Secara parsial, variabel kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik /*tangible* (X1), kehandalan /*reliability* (X2), daya tanggap /*responsiveness* (X3), jaminan /*assurance* (X4), empati /*emphaty* (X5) juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Café Fat Louie Malang, Hal ini dibuktikan dengan nilai

signifikansi yang berturut-turut sebesar 0.037, 0.031, 0.001, 0.033, dan 0.001 yang lebih kecil dari alpha 0.04

3. Selanjutnya dari hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh dominan adalah daya tanggap/*responsiveness* (X3) dengan sumbangan efektif sebesar 26.89% dan mampu memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen Café Fat Louie Malang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini, diketahui bahwasanya kepuasan konsumen Café Fat Louie Malang, ternyata sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan jasa yang meliputi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik. Oleh karena itu, maka untuk dapat meningkatkan jumlah pengunjung (konsumen) di Café Fat Louie Malang, maka disarankan agar pihak Café Fat Louie Malang dapat meningkatkan kualitas pelayanan bagi konsumen, sehingga hal ini akan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen untuk terus berkunjung ke Café Fat Louie Malang. Salah satu caranya adalah dengan memberikan pelatihan bagi karyawan, agar mereka dapat memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan harapan konsumen.
2. Beberapa hal yang seharusnya diperbaiki oleh pihak Café Fat Louie Malang, yaitu perlu meningkatkan pelayanan untuk selalu siap membantu para tamu, perlu menambah dan melengkapi fasilitas yang ada agar sesuai dengan harapan konsumen, serta memperluas tempat parkir, memperbaiki tempat kasir agar konsumen lebih nyaman saat menunggu antrian di kasir, dan memperbaiki fasilitas toilet agar lebih bersih dan memadai, perlu

meningkatkan kecepatan dan ketepatan pelayanan para karyawan terhadap setiap konsumen, perlu memperbaiki kualitas pelayanan dalam hal memberikan pelayanan yang cepat sesuai dengan kebutuhan konsumen, agar dapat meningkatkan kepuasan para konsumen

3. Penelitian lanjutan perlu dilakukan dengan memperluas variabel yang diteliti maupun pengembangan indikator serta item lain yang diduga juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Fat Louie Malang, selain faktor kualitas pelayanan jasa yang meliputi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik, antara lain factor harga, situasi, kualitas produk yang ditawarkan, factor pribadi dari konsumen, dan sebagainya.
4. Jumlah sampel dalam penelitian ini hanya diperoleh dari 60 orang konsumen yang berkunjung di Café Fat Louie Malang saja. Agar keputusan yang diperoleh dari hasil pengujian mempunyai kekuatan uji yang lebih besar, maka disarankan agar melakukan penelitian lanjutan dengan memperluas wilayah penelitian atau di perusahaan lain yang berbeda, sehingga hasil kesimpulan dari penelitian dapat lebih mewakili (representatif) terhadap populasi yang diamati.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek. Edisi Revisi Kelima*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Arikunto. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Ramdan, Asep M. 2008 Oktober 22. “Hubungan Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen”. (<http://asep-m-ramdan.blogspot.com>).
- Augusty Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A. 2003. *Service Marketing (3rd ed.)*, New Delhi. Tata McGraw Hill.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung. Alfabeta.
- Daryanto, Setyobudi Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan*, Yogyakarta. Gava Media.
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi Ketiga*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi pertama*, Jakarta. Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedelapan*, Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1*, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta. PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*, Jakarta. Salemba Empat.
- Nasution, M. Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*, Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas, Perspektif Global*, Yogyakarta. Ekonesia.

- Samosir, Zurni Zahara. 2005. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara”*, Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, Vol.1, No.1, Juni 2005.
- Sasono, Febrian. 2008. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Pelangi Malang”*.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung. Alfabetha.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*, Malang. Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta. Andi.
- Transtrianingzah, Fia. 2006. *“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo”*.
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta. Ekonesia.

