

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis mengadakan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Samara *Coffee Shop* Hotel Kedaton Bandung, maka penulis dalam bab ini akan mencoba menarik suatu kesimpulan dan memberikan saran berdasarkan atas uraian yang telah penulis kemukakan dalam bab sebelumnya.

1. Secara statistik, besarnya pengaruh Kualitas Layanan telah terbukti mempunyai korelasi yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan pengaruh sebesar 60,78%. Sedangkan sisa pengaruh sebesar 39,22% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati. Seperti faktor harga, situasional, dan faktor personal/ emosional faktor. Berdasarkan hasil perhitungan data yang telah dilakukan didapat nilai keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan, dengan kata lain tingkat kualitas layanan yang dilakukan di Samara *Coffee Shop* Hotel Kedaton Bandung mampu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.
2. Secara parsial dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diantara lima dimensi kualitas layanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah assurance, besar pengaruh assurance terhadap kepuasan pelanggan adalah 32,13% terhadap kepuasan,

sedangkan pengaruh yang paling lemah adalah tangibles yaitu sebesar 14,72%.

5.2 Saran

Saran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Samara Coffee Shop Hotel Kedaton Bandung, maka Samara Coffee Shop harus mempertahankan hasil-hasil positif yang telah dicapai dan meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik, yang selama ini telah dilaksanakan. Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan kualitas layanan *coffee shop* harus lebih memperhatikan dan meningkatkan lagi keprofesionalan pelayan dan seluruh karyawan *coffee shop* dengan melakukan pelatihan-pelatihan pelayanan yang mencakup *reliability*, *responsiveness*, *emphaty* karyawan terhadap pelanggan dan memperbaiki sarana, prasarana dan menu (*tangibles*) yang di berikan restoran hotel. Dengan demikian *coffee shop* harus bisa menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang telah dilaksanakan. Tanpa memprioritaskan pada salah satu dimensi dan berorientasi pada kebutuhan dan keinginan para pelanggan agar tidak mengecewakan pelanggan.
2. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, *coffee shop* harus terus melakukan perbaikan atas apa yang menjadi harapan pelanggan dan terus mengembangkan kualitas layanan khususnya hasil yang diperoleh pelanggan harus lebih diperhatikan dan kinerja pelayanan dalam

menangani pelanggan perlu ditingkatkan agar pelanggan memperoleh kepuasan.

3. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, maka penulis merekomendasikan agar *coffee shop* harus tetap menjaga dan mempertahankan kualitas pelayanan yang telah dilaksanakan oleh *coffee shop*.

