

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada rumusan masalah, hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan terhadap Pelanggan Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung untuk mengetahui gambaran mengenai Manajemen Mutu Layanan dan Kepuasan Pelanggan beserta hubungan kausalitas kedua variabel tersebut, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Gambaran efektivitas Manajemen Mutu Layanan Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung dapat dipersepsikan efektif. Indikator yang paling baik adalah Bukti Fisik (*Tangibles*), yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa karyawan memberikan layanan yang terlihat, dapat dirasakan, dan diukur, seperti penampilan karyawan yang bersih dan rapi serta fasilitas yang nyaman. Sebaliknya, indikator dengan nilai terendah adalah Daya Tanggap (*Responsiveness*), di mana pelanggan merasa karyawan belum optimal dalam merespons kebutuhan dan situasi dengan cepat, seperti kurang sigap dalam melayani dan menangani permasalahan. Meskipun demikian, secara keseluruhan, manajemen mutu layanan di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung tergolong baik karena sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ada.
2. Gambaran tingkat Kepuasan Pelanggan Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung dipersepsikan dalam kategori tinggi. Indikator dengan nilai tertinggi adalah Kesesuaian Harapan, di mana pelanggan merasa bahwa pengalaman mereka sesuai atau bahkan melebihi harapan. Sebaliknya, indikator dengan nilai terendah adalah Kesiediaan untuk Merekomendasikan, di mana pelanggan merasa kurang bersedia merekomendasikan tempat ini karena pengalaman yang diberikan

belum optimal. Secara keseluruhan, Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung berhasil memberikan layanan yang memenuhi harapan pelanggan, sejalan dengan manajemen mutu layanan yang efektif, menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

3. Manajemen Mutu Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung. Hal tersebut diartikan bahwa semakin efektifnya manajemen mutu layanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan pada Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak. Namun, manajemen mutu layanan bukan satu-satunya faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, terdapat faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang dikemukakan berdasarkan skor rata-rata dari setiap ukuran, saran yang dikemukakan ini mengacu kepada setiap ukuran yang memiliki skor rata-rata nilai terendah untuk masing-masing variabel. Berikut merupakan saran yang dapat disampaikan oleh peneliti diantara-Nya sebagai berikut ini

1. Dalam penelitian ini, variabel Manajemen Mutu Layanan (X) dapat dikatakan efektif, namun indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*) menunjukkan hasil terendah dibandingkan indikator lainnya. Ini menunjukkan perlunya perhatian khusus dari seluruh lapisan manajemen untuk lebih mengoptimalkan manajemen mutu layanan, khususnya dalam hal daya tanggap terhadap pelanggan. Peningkatan dapat dilakukan melalui pengembangan pelayanan, seperti penerapan sistem *monitoring*, peningkatan pengetahuan dan keterampilan karyawan secara rutin, serta pelaksanaan *feedback loop* untuk terus memperbaiki layanan.

2. Dalam penelitian ini, variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berada pada kategori tinggi. Namun, indikator Kesiediaan untuk Merekomendasikan menunjukkan hasil terendah. Ini menandakan perlunya perhatian khusus dari Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung, terutama untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Diharapkan dapat adanya Inovasi layanan dan adanya pelatihan karyawan secara rutin. Program loyalitas dan strategi baru, seperti pemberian diskon untuk rekomendasi, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat mendorong pelanggan untuk merekomendasikan tempat ini kepada orang lain.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai Manajemen Mutu Layanan dan Kepuasan Pelanggan, dengan fokus pada indikator yang mendapatkan nilai rendah dan tinggi. Dalam penelitian ini, indikator terendah untuk Manajemen Mutu Layanan adalah Daya Tanggap (*Responsiveness*), sementara indikator tertinggi adalah Bukti Fisik (*Tangibles*). Untuk Kepuasan Pelanggan, indikator terendah adalah Kesiediaan untuk Merekomendasikan, dan indikator tertinggi adalah Kesesuaian Harapan. Penelitian mendatang dapat mengkaji faktor-faktor tambahan yang belum diteliti, seperti kualitas produk, harga, inovasi, dan variasi, untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kedua variabel tersebut.