

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang diperoleh dari tujuan penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya:

- 1) Kualitas Pelayanan di Coffee Shop Fullhopper dalam kategori baik, hal ini dapat dibuktikan dari hasil perolehan perhitungan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen mengenai dimensi kualitas pelayanan di Coffee Shop Fullhopper Kota Tasikmalaya dengan memperoleh skor sebesar 9.502 atau 82,62% dari skor ideal atau jumlah maksimal.
- 2) Kepuasan konsumen di Coffee Shop Fullhopper dalam kategori baik, hal ini dapat dibuktikan dari hasil perolehan perhitungan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen mengenai dimensi kepuasan di *Coffee Shop* Fullhopper Kota Tasikmalaya dengan memperoleh skor sebesar 5.223 atau 80,35% dari skor ideal atau jumlah maksimal.
- 3) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Coffee Shop Fullhopper Kota Tasikmalaya sebesar 73,1%. Dengan koefisien korelasi antara X dan Y memperoleh nilai 0,855 yang berarti semakin baik kualitas pelayanan terhadap konsumen maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang positif dan kuat.

5.2 Saran

Berdasarkan fenomena yang penulis temukan terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *Coffee Shop* Fullhopper Kota Tasikmalaya penulis mencoba memberikan beberapa saran praktis diantaranya sebagai berikut:

- 1) Semakin konsisten dalam memberikan pemahaman mengenai variasi menu yang dibuat *authentic* dan dibuat semenarik mungkin dibuat dengan konsep *limited* atau terbatas sehingga menjadi produk yang premium, sehingga menimbulkan rasa bangga setelah mengkonsumsi produk di Coffee Shop Fullhopper Kota Tasikmalaya.

- 2) Mempertahankan pegawai yang memiliki komunikasi yang baik terutama komunikasi terhadap konsusmen, mempertahankan pelatihan mengenai produk dan pelayanan agar menjadi nilai tambah kompetensi pegawai yang bekerja di *Coffee Shop* Fullhopper Kota Tasikmalaya.
- 3) Memperbaiki sarana terutama penerangan di *coffee shop* sehingga terlihat lebih rapi dan terang, memungkinkan konsumen untuk lebih nyaman berada di *Coffee Shop* tersebut.
- 4) *Coffee Shop* Fullhopper juga dapat mengombinasikan kebijakan, proses, dan strategi yang diterapkan perusahaan menjadi satu kesatuan yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan pelanggan dan juga untuk menelusuri informasi pelanggan, seperti menyediakan layanan yang dapat disesuaikan untuk mendapatkan keinginan dari pelanggan utama mereka, dengan menerapkan layanan yang dapat disesuaikan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan kesenangan kosumen dalam mengonsumsi produk juga dapat memenuhi kualitas yang terdapat dalam benak konsumen.
- 5) *Coffee Shop* Fullhopper Kota Tasikmalaya dapat menggunakan dan mempertahankan cara pengumpulan testimoni konsumennya yang melalui media sosial yaitu Instagram. Hasil evaluasi dari konsumen yang sedang atau pernah berkunjung dapat menjadi acuan penilaian bagi calon konsumen lain yang akan berkunjung ke *Coffee Shop* Fullhopper Kota Tasikmalaya.