

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan uraian teori yang dilakukan terkait pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung. Pada variabel cita rasa terdapat empat aspek, yaitu penampakan, bau (aroma), rasa, dan suhu. Berdasarkan hasil tanggapan responden, rasa menjadi aspek yang memperoleh total skor paling tinggi, artinya rasa makanan dan minuman di kafe Djaya Mandiri Sejahtera enak dan memuaskan konsumen. Sedangkan suhu menjadi aspek yang memperoleh total skor paling kecil, artinya suhu makanan dan minuman yang disajikan kurang sesuai dengan harapan konsumen. Pengaruh cita rasa termasuk ke dalam kategori tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa cita rasa yang diberikan tergolong baik.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung. Pada variabel kualitas pelayanan terdapat 16 aspek, yaitu alur pelayanan, kecepatan dan ketepatan pelayanan, antisipasi, akomodasi, komunikasi, umpan balik, supervisi, sikap, suara, taktis, bahasa tubuh, teknik menjual, menangani keluhan, menyebut nama tamu, perhatian, dan sikap membantu. Berdasarkan hasil tanggapan responden, sikap pelayan menjadi aspek yang memperoleh total skor paling tinggi, artinya staff melayani konsumen dengan sikap yang sopan dan ramah. Sedangkan perhatian menjadi aspek yang memperoleh total skor paling kecil, artinya staff kurang teliti dalam memperhatikan kebutuhan konsumen. Pengaruh kualitas pelayanan termasuk ke dalam kategori tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan tergolong baik.

3. Cita rasa dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi, maka dapat disimpulkan bahwa cita rasa dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung. Oleh karena itu, manajemen kafe perlu menjaga konsistensi cita rasa menu serta meningkatkan keramahan dan interaksi pelayan kepada konsumen.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, ada beberapa hal yang menurut penulis perlu untuk ditingkatkan dan ditindaklanjuti. Berikut merupakan saran terkait pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1. Bagi pemerintah diharapkan dapat terus mendukung pertumbuhan industri kuliner lokal seperti Kafe Djaya Mandiri Sejahtera dengan memberikan pelatihan kewirausahaan, sertifikasi kualitas pelayanan, serta promosi melalui event pariwisata kuliner. Selain itu, regulasi yang mendorong peningkatan cita rasa, standar kebersihan, keamanan pangan, dan pelayanan di sektor F&B perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem kuliner yang berkualitas dan berdaya saing.
2. Bagi Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung agar tetap menjaga konsistensi cita rasa makanan dan minuman yang disajikan. Peningkatan kualitas bahan baku dan inovasi menu yang sesuai dengan selera pasar dapat menjadi strategi yang efektif untuk mempertahankan kepuasan konsumen, serta memperbaiki suhu pada makanan dan minuman yang disajikan. Selain itu, perlu terus meningkatkan aspek-aspek pelayanan, terutama dalam hal kepekaan dan perhatian sekecil apapun kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan diperhatikan. Serta pelatihan secara berkala bagi staf pelayanan perlu dilaksanakan agar standar pelayanan dapat terus ditingkatkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya, agar lebih mengeksplorasi lebih luas dengan mempertimbangkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen pada kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung, seperti faktor harga, kualitas produk, suasana tempat, faktor visual (desain interior), ataupun loyalitas pelanggan, agar dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.