

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan kepuasan pelanggan yang sering mengunjungi café Eatboss Dago Bandung secara bersama-sama menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, promosi dan suasana toko berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian dapat dilihat dari jumlah responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh café Eatboss Dago Bandung. Adapun cara yang dilakukan oleh pihak Café Eatbos Dago Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayanan ialah dengan cara meningkatkan dalam hal Keandalan (*Reliability*) dari pegawai yang bekerja, Daya Tanggap (*Responsiveness*) pekerja dalam melayani pelanggan, Variabel Jaminan (*Assurance*) adanya garansi yang diberikan pihak penyedia jasa, Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*), Kepuasan Konsumen untuk mendapatkan kepuasan bagi pelanggan yang berkunjung.
2. Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan jasa di café Eatboss Dago Bandung dari penelitian ini berdasarkan dengan jenis kelamin wanita sebanyak 55 orang, berdasarkan dengan usia responden yang paling banyak antara 26 – 30 tahun sebanyak 40 orang, Dalam item pertanyaan yang tertera dalam kuesioner yang disebarakan oleh peneliti, seperti Variabel Keandalan (*Reliability*), Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*), Variabel Jaminan (*Assurance*), Variabel Empati (*Empathy*), Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*), Variabel Kepuasan Konsumen. Respon yang diberikan oleh pelanggan sangat

Ismi Liutami, 2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI CAFE EATBOSS DAGO BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

positif hampir tidak ditemukan keluhan yang menjadi penghalang dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

3. Untuk mengukur tingkat Kepuasan Pelanggan berdasarkan Variabel Keandalan (*Reliability*), Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*), Variabel Jaminan (*Assurance*), Variabel Empati (*Empathy*), Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*), Variabel kepuasan Konsumen. Dalam responsif yang diberikan oleh pelanggan menunjukkan angka sekitar 90-99 tentang kepuasan yang didapat ketika menggunakan jasa pelayanan café Eatboss Dago Bandung, mulai dari desain tempat, tata cara pegawai melayani serta lokasi parkir yang disediakan oleh pihak Eatboss Dago Bandung.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil dan pembahasan adalah café Eatboss Dago Bandung disarankan untuk:

1. Selalu meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen di café Eatboss Dago Bandung, karena konsumen sudah beranggapan bahwa penampilan pelayan baik, rapi dan bersih. Saran peneliti untuk perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah menegur karyawan yang tidak sesuai dengan peraturan perusahaan berupa teguran (memberikan surat peringatan), memotong gaji jika karyawan tidak masuk kerja tanpa memberi tahu perusahaan dan melanggar peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan.
2. Tingkat kepuasan pelanggan disarankan dapat merancang harga yang kompetitif di café Eatboss Dago Bandung, karena konsumen sudah beranggapan bahwa harga yang ditawarkan cukup terjangkau. Saran peneliti untuk perusahaan adalah membandingkan dan berani bersaing

Ismi Liutami, 2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI CAFE EATBOSS DAGO BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

dalam menetapkan harga pada perusahaan sejenis yang menjual produk yang sama.

3. Dapat melihat peluang yang menjadikan patokan agar pelanggan dapat merasakan kualitas pelayanan yang baik dari pihak penyedia jasa dan begitu pula sebaliknya, pihak penyedia jasa dapat memberikan pelayanan yang layak terhadap para pelanggan yang berkunjung.

Ismi Liutami, 2018
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI CAFE EATBOSS DAGO BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu