

BAB V

KESIMPULAN & REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada *dining experience* dan *Costumer satisfaction* di Congo Café & Gallery Bandung maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan tamu mengenai pelaksanaan *pre-meal experience* di Congo Café & Gallery Bandung mendapat penilaian yang cukup baik oleh tamu yang melakukan kunjungan ke Congo café & Gallery. Penilaian paling tinggi diperoleh oleh kemenarikan *café* yang dirasakan konsumen bahkan sebelum konsumen merasakan interaksi dengan *café*.
2. Tanggapan tamu mengenai pelaksanaan *meal experience* di Congo Café & Gallery Bandung mendapat penilaian yang cukup baik oleh tamu yang melakukan kunjungan ke Congo Café & Gallery. Penilaian paling tinggi diperoleh pada item kenyamanan *area interior*.
3. Tanggapan tamu mengenai pelaksanaan *post-meal experience* Di Congo Café & Gallery Bandung mendapat penilaian yang cukup baik oleh tamu yang melakukan kunjungan ke Congo Café & Gallery. Penilaian paling tinggi diperoleh pada item kemudahan proses pembayaran yang dirasakan konsumen di Congo Café & Gallery.
4. Proses *dining experience* yang meliputi *pre meal experience*, *meal experience* dan *post meal experience* berpengaruh terhadap *Costumer Satisfactions*. Hanya saja pengaruh yang terjadi pada proses *pre-meal experience* sangat kecil sekali sehingga pada penelitian ini proses *pre-meal experience* dianggap tidak terlalu berarti.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai *dining experience* yang terdiri dari *pre-meal experience*, *meal experience* dan *post-meal experience* dengan *customer satisfaction*, maka penulis merekomendasikan beberapa hal yang dapat dijadikan acuan oleh Congo Cafe & Gallery Bandung sebagai berikut:

1. *Dining experience* yang meliputi *pre-meal experience*, *meal experience* dan *post meal experience* secara keseluruhan berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. *Dining experience* merupakan proses yang diciptakan oleh pihak dari *Café & Restaurant* dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan *dining experience* yang baik dapat menghasilkan dampak baik terhadap kepuasan yang konsumen rasakan, dan menghasilkan dampak yang berkesinambungan kedepannya. Melihat proses *dining experience* yang terjadi di Congo *Café & Gallery*, untuk tanggapan konsumen mengenai *dining experience* di Congo *Café & Gallery* sangat baik namun bila di lihat dari tanggapan konsumen, proses *meal experience* dalam *dining experience* pelaksanaannya masih dirasa kurang baik. Kembali pada tujuan utama untuk meningkatkan kepuasan konsumen, proses *pre-meal experience* di Congo *Café & Gallery* pengaruhnya masih sangat kecil untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Berdasar pada tanggapan konsumen mengenai proses *pre-meal experience*, untuk lebih baiknya kenyamanan pada daerah area parkir lebih baiknya ditingkatkan agar konsumen merasa nyaman dan kepuasan juga tercipta melalui proses ini. Mungkin proses ini tidak terlalu berdampak besar pada terciptanya kepuasan, namun pada proses *pre-meal experience* Ekspektasi konsumen sedang dibentuk dan diciptakan sehingga jika komponen ini kurang baik, maka akan mempengaruhi ekspektasi konsumen untuk tahap selanjutnya.
3. Pada proses *meal experience* terciptalah berbagai persepsi dibenak konsumen akan produk dan jasa yang dihasilkan sebuah *Café*. Dalam penelitian ini,

berdasarkan data yang telah ada menunjukkan bahwa pengetahuan karyawan akan produk *Congo Café & Gallery* yang ditawarkan masih kurang memuaskan. Pada strategi *dining experience* proses *meal experience* adalah kunci utama pembentuk kepuasan, namun pada penelitian pengetahuan karyawan dirasa kurang baik oleh konsumen, mungkin unruk kedepannya dapat dilakukan *training leadership* kepada seluruh karyawan *Congo Café & Gallery* yang ditujukan meningkatkan produktifitas kinerja karyawan.

4. Pada proses *Post-meal experience* kepuasan sesungguhnya tercipta, hasil dari semua proses dikumpulkan di proses ini. Sehingga penilaian akhir juga bergantung pada proses ini, namun harga dirasa kurang sesuai oleh konsumen. Mungkin harga memang relative bagi setiap orang. Mungkin *Congo Café & Gallery* bias mempertimbangkan lagi dalam strategi penetapan harga.
5. Pengaruh yang dihasilkan *dining experience* dan kepuasan konsumen di bawah 50%, dan pada proses *pre-meal experience* menunjukkan tingkat hubungan yang sangat rendah untuk menghasilkan kepuasan pengunjung. Untuk penelitian kedepannya bisa mencari lagi lebih banyak lagi indikator-indikator dari *pre-meal experience* dan *post meal experience* sehingga penelitian lebih akurat lagi.