

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan dan Marketing Mix di Blue Doors Coffee Alkateri”, penulis dapat menyimpulkannya ke dalam beberapa poin, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Blue Doors Coffee Alkateri dirasa oleh penulis sudah baik, hal ini dapat dilihat dari penggunaan kelima aspek kualitas pelayanan pada saat barista bekerja yaitu *responsiveness*, *assurance*, *tangibles*, *emphaty* serta *reliability*.
2. Marketing mix yang diterapkan di Blue Doors Coffee sudah baik. Hal ini karena Blue Doors Coffee sudah menerapkan dimensi *7P marketing mix* ke dalam proses berwirausahanya. Namun alangkah lebih baiknya lagi apabila Blue Doors Coffee senantiasa terus meningkatkan lagi *marketing mix* yang digunakan agar terus berkembang menjadi lebih baik lagi.
3. Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan hasil angket yang telah disebar oleh penulis kepada 96 responden yang merupakan konsumen di Blue Doors Coffee Alkateri menunjukkan total skor keseluruhan yang dapat digolongkan ke dalam kategori “Tinggi”. Dari kelima dimensi kepuasan konsumen terdapat satu dimensi dengan skor terendah yaitu *reliability* dengan skor 787 atau setara dengan 81,9%. Pernyataan dengan isi “Barista memiliki kemampuan mengolah makanan dan minuman dengan handal” menjadi pernyataan dengan skor paling kecil yaitu 382.
4. Tingkat kepuasan konsumen atas *marketing mix* berdasarkan hasil angket yang telah disebar oleh penulis kepada 96 responden yang merupakan konsumen di Blue Doors Coffee Alkateri menunjukkan total skor keseluruhan yang dapat digolongkan ke dalam kategori “Tinggi”. Berdasarkan 13 pernyataan dimensi *marketing mix* terdapat dimensi dengan skor terendah yaitu *price*. Dimensi ini memiliki skor total 700 atau setara dengan 72,9%. Pernyataan dengan skor

terendah terdapat pada pernyataan “Harga makanan dan minuman ramah di kantong” dengan skor 321.

5. Kualitas pelayanan dan *marketing mix* yang ditawarkan oleh Blue Doors Coffee berpengaruh penting terhadap upaya perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumennya. Berdasarkan regresi sederhana yang telah penulis uji menyatakan bahwa koefisien regresi kualitas pelayanan serta *marketing mix* bernilai positif. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel X1 dan X2 kepada Y. Dapat dikatakan apabila kualitas pelayanan atau *marketing mix* mengalami kenaikan, maka nilai kepuasan konsumen akan meningkat. Begitu pun sebaliknya jika aspek kualitas pelayanan dan *marketing mix* mengalami penurunan, maka nilai kepuasan konsumen akan menurun.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak Blue Doors Coffee adalah sebagai berikut

1. Blue Doors Coffee Alkateri harus membuat SOP tertulis yang dapat dijadikan acuan oleh para perkerjanya pada saat bekerja guna meningkatkan kualitas pelayanan serta *marketing mix* yang diberikan.
2. Pekerja di Blue Doors Coffee Alkateri perlu mengikuti kelas mengenai penyajian kopi atau spesialisasi sehingga barista dapat memiliki gelar yang dapat berpengaruh pada penilaian konsumen mengenai keandalan barista dalam membuat makanan serta minuman.
3. Blue Doors Coffee harus lebih mengatur area luar (*smoking area*) karena tata letak serta kebersihan perlengkapan pembantu seperti tempat sampah, selang air dan kursi masih kurang rapih. Hal ini didasari dengan adanya keluhan dari konsumen yang telah mengisi kuesioner.
4. Beberapa konsumen mengomentari mengenai harga makanan dan minuman di Blue Doors Coffee yang terlalu mahal, hal ini bisa diatasi dengan penambahan menu makanan dan minuman dengan harga yang lebih rendah supaya konsumen dapat lebih menyesuaikan menu yang akan dipesannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. (2013). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Tamu Hotel Ollino Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- B2042141012, M. Y. (2019). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, SIKAP PADA IKLAN TV DAN BRAND IMAGE TERHADAP NIAT BELI ULANG (Studi pada Konsumen Mie Instan Merek Indomie Di Kota Pontianak). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*. <https://doi.org/10.26418/ejme.v8i1.35743>
- Chaniago, A. Y. S. (2002). Kamus lengkap bahasa Indonesia. *Bandung: Pustaka Setia*.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2017). How to design and evaluate research in education. *McGrawHill*.
- Garvin, D. A. (1984). Product quality: An important strategic weapon. *Business Horizons*. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(84\)90024-7](https://doi.org/10.1016/0007-6813(84)90024-7)
- Hastings, G. (2003). Relational Paradigms in Social Marketing. *Journal of Macromarketing*. <https://doi.org/10.1177/0276146703023001006>
- Kotler and Keller. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya. *Ilmu & Riset Manajemen*.
- Kotler, P. (2012). Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Pearson Education International*.
- Krisdianti, D. L., & Sunarti. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran pizza hut malang town square. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum Di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 7(1).
- Narimawati, U., Wahyu, A., Koswara, N., & Komariyah, I. (2016). Studies on the implementation of management strategy in programs preservation culture (Case study on Tourism and Culture Department West Java Province). In *International Journal of Applied Business and Economic Research*.

- Noviyani, & Andayani, A. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Timezone Depok Town Square. *Jurismata*, 1(2).
- Perreault, W. ; Cannon, Joseph; McCarthy, E. J. (2017). Essentials of Marketing : a marketing strategy planning approach. In *McGraw Hill Education*.
- Ramya, N., Kowsalya, A., & Dharanipriya, K. (2019). Service Quality and Its Dimensions. *EPRA International Journal of Research and Development*.
- Sugiyono. (2011). Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta. In *Bandung:Alfabeta*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&DSugiyono. 2013. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D.” Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D. <https://doi.org/10.1>. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. In *Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet*.
- Sulastiyono. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bukti Fisik (Physical Evidence) Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel California Bandung (Survei Pada Pelanggan Hotel California Bandung). *Listya Lintang Dewi*.
- Sunyoto, D. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service)*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2004). Tjiptono, Fandi. & Chandra, Gregory. (2004). Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta; Andi. *Jurnal of Business and Management Sciences*. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>
- Undang-Undang Republik Indonesia, N. 10 T. 2009. (2009). Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. *Bifurcations*.
- Yusoff, & Lupiyoadi. (2013). Manajemen Pemasaran dan Membangun Citra. In *Sagung Seto*.