

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif antara kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen Balcony Resto Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Secara umum gambaran kualitas jasa di Balcony Resto Bandung yang terdiri dari *creativity*, *emphaty*, *responsibility* dan *attitude* dilaksanakan dengan cukup baik. Terutama pengaruh dari *creativity*. Hal ini dikarenakan pada dasarnya variabel *creativity* merupakan hal mendasar untuk mengembangkan suatu proses yang menghasilkan sesuatu yang baru, apakah suatu gagasan atau suatu objek dalam suatu bentuk atau susunan yang baru. cakupan dari sub variable *creativity* sendiri mencakup penataan dekorasi restoran baik desain interior maupun eksterior keramahan pelayanan yang diberikan oleh staff serta inovasi produk dan jasa yang ditawarkan. Sehingga pada pelaksanaanya, konsumen dapat merasa puas dalam menggunakan produk dan jasa Balcony Resto Bandung.
2. Penilaian kepuasan yang dirasakan konsumen Balcony Resto Bandung terhadap kualitas jasa yang terdiri dari empat sub variabel yaitu kepuasan atas *creativity*, *emphaty*, *responsibility* dan *attitude*. Kepuasan atas *creativity* yang memiliki penilaian paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat harapan yang diharapkan konsumen dengan tingkat kenyataan yang didapat terhadap *creativity* yang diberikan kepada konsumen Balcony Resto Bandung memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi.

3. Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan kualitas jasa yang terdiri dari *creativity*, *emphaty*, *responsibility* dan *attitude* memiliki pengaruh positif yang tinggi terhadap kepuasan konsumen balcony Resto Bandung baik itu secara simultan maupun parsial. Secara parsial maupun simultan, *creativity* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pembentukan kepuasan konsumen balcony Resto Bandung dibandingkan dengan *emphaty*, *responsibility* dan *attitude*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Kualitas Jasa terbukti dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, namun dalam hal ini masih terdapat beberapa kekurangan dan harus diperbaiki untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. *Attitude* memiliki penilaian kinerja yang lebih rendah daripada *creativity*, *emphaty* dan *responsibility*. Oleh karena itu perlu adanya pelatihan berkala pada setiap karyawan Balcony Resto Bandung dalam bersikap, berperilaku, berbahasa dan tata cara melayani konsumen dengan baik dan benar. Penampilan karyawan dan staf yang memiliki *attitude* baik merupakan cerminan dari sebuah perusahaan produk dan jasa.
2. Secara keseluruhan, konsumen Balcony Resto Bandung memiliki tingkat kepuasan yang cukup tinggi terhadap kualitas jasa yang diberikan oleh Balcony Resto Bandung. Hal ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan. *Attitude* memiliki tingkat kepuasan yang lebih rendah bila dibandingkan dengan kepuasan terhadap *creativity*, *emphaty* dan *responsibility*. Terutama kepuasan atas kemampuan karyawan dalam berinteraksi dan

bertingkah laku dengan konsumen. Hal ini tentunya mempengaruhi kepuasan konsumen, mengingat bahwa *attitude* karyawan merupakan sesuatu pelayanan jasa yang diberikan pada setiap konsumen Balcony Resto Bandung. Balcony Resto Bandung tentunya harus lebih selektif dalam memilih karyawan yang memiliki standar kalsifikasi karyawan berdasarkan lulusan di bidangnya maupun staf dan karyawan yang telah memiliki pengalaman pada bidang jenis usaha restoran sehingga memiliki sikap, tingkah laku dan tutur bahasa yang baik, serta kualitas karyawan itu sendiri akan terjamin baik.

3. Saran penulis untuk dapat meningkatkan dan tidak hanya mempertahankan kepuasan dari konsumen Balcony Resto Bandung adalah dengan meningkatkan kualitas dari *attitude* setiap staf maupun karyawan, salah satunya adalah dengan melakukan pembinaan dan pelatihan yang berkesinambungan, baik itu dilakukan oleh pihak Balcony Resto Bandung sendiri maupun bekerjasama dengan pihak terkait seperti konsultan bidang pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), karena dengan adanya pembinaan terlebih jika bekerjasama dengan pihak yang memang memiliki keahlian untuk hal tersebut, tentunya *attitude* setiap karyawan akan memiliki kualitas yang baik, sehingga akan berdampak pada kepuasan konsumen itu sendiri. Mengingat bahwa usaha restoran di Kota Bandung merupakan suatu jenis usaha yang memiliki potensi yang cukup baik dan juga masih belum banyak dimanfaatkan, kerjasama antara pihak-pihak terkait dan juga pemerintah akan banyak membantu dalam mengembangkan potensi usaha ini.

4. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada konsumen individu maupun *corporate* yang berkunjung dan melakukan pembelian di Balcony Resto Bandung yang diukur melalui program kualitas jasa yang diberikan oleh pihak manajemen Balcony Resto Bandung. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya di Balcony Resto Bandung, para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang mencakup keseluruhan program maupun strategi yang dilakukan pihak manajemen Balcony Resto Bandung untuk dapat bersaing dengan restoran lainnya dan memberikan kepuasan pada setiap konsumennya bahkan dapat membuat setiap konsumen yang telah puas terhadap produk dan jasa yang diberikan menjadi konsumen yang memiliki loyalitas terhadap Balcony Resto Bandung.