

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan pembahasan dan analisis, maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini H_1 yang menyatakan bahwa variabel *People* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di *Coffee Shop* Digerati House, yang menunjukkan nilai t hitung sebesar $3,070 >$ dari nilai t tabel yaitu sebesar $1,999$ serta nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Dapat dikatakan bahwa keterampilan karyawan *Coffee Shop* Digerati House dalam melayani pelanggan sudah memenuhi harapan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini H_2 yang menyatakan bahwa variabel *Process* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di *Coffee Shop* Digerati House, yang menunjukkan nilai t hitung sebesar $1,926 <$ dari nilai t tabel yaitu sebesar $1,999$ serta nilai signifikansi sebesar $0,059 > 0,05$. Dapat dikatakan bahwa *Process* karyawan *Coffee Shop* Digerati House dalam melayani pelanggan kurang maksimal.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini H_3 yang menyatakan bahwa variabel Lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di *Coffee Shop* Digerati House, yang menunjukkan nilai t hitung sebesar $6,345 >$ dari nilai t tabel yaitu sebesar $1,999$ serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat dikatakan bahwa lingkungan fisik *Coffee Shop* Digerati House memegang peranan yang besar pada penilaian kualitas penyajian pelayanan.

4. Berdasarkan hasil penelitian ini H_4 yang dinyatakan bahwa *People* (X_1), *Process* (X_2) dan Lingkungan fisik (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil data yang diperoleh nilai F hitung sebesar $106,757 > \text{nilai } F \text{ tabel } 2,753$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti ingin memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk *Coffee Shop Digerati House* dalam menentukan kebijakan Instansi yang berkaitan dengan *People*, *Process* dan Lingkungan fisik yang akan datang :

- a. Saran dari peneliti untuk owner *Coffee Shop Digerati House* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dari segi *people* yaitu sebaiknya meningkatkan kemampuan *soft skill* karyawan, seperti lebih memperhatikan kemampuan kecepatan dalam memberikan pelayanan serta mengutamakan kebutuhan pelanggan dan meningkatkan komunikasi yang baik dengan para konsumen sehingga akan tercipta kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh *Coffee Shop Digerati House*.
- b. Saran dari peneliti untuk owner *Coffee Shop Digerati House* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dari segi *process* yaitu harus meningkatkan kecepatan dalam proses yang melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas, rutinitas dengan produk, aktivitas dan mekanisme seperti pelayanan, pembuatan pesanan, penyajian hidangan maupun pembayaran dalam melayani pelanggan.
- c. Saran dari peneliti untuk owner *Coffee Shop Digerati House* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dari segi lingkungan fisik yaitu sebaiknya meningkatkan bukti fisik yang ada pada *Coffee Shop Digerati House*, seperti menata *interior* dan *exterior* agar pelanggan merasa nyaman, kemudian menata sarana pendukung, seperti tempat parkir, kebersihan toilet secara berkala.

- d. Saran dari peneliti dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang mengenai kepuasan pelanggan dapat menambahkan variabel lain untuk diteliti seperti variabel *product*, *price*, *place* dan *promotion*.
- e. Dan sebagai rekomendasi penelitian untuk di masa yang akan datang diharapkan variabel penelitian agar lebih berkembang dan didukung artikel-artikel penelitian yang bersumber dari jurnal-jurnal yang bereputasi baik nasional maupun internasional.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut :

1. Jumlah responden 65 orang, tentunya kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya.
3. Tidak semua responden bersedia untuk dijadikan responden.
4. Penelitian ini hanya fokus pada aspek *people*, *process* dan lingkungan fisik saja, oleh karena itu perlu ada aspek lain yang perlu diteliti misalnya variabel *marketing mix* yang lain yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* sehingga informasi yang diperoleh lebih komprehensif.