

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan konsumen produk Gerbang Coffe & Culture Semarang, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan tabel diatas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan nilai t-statistik sebesar 5,383 dan nilai $p - \text{values } 0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah yang positif dimana apabila kualitas pelayanan bertambah maka kepuasan pelanggan juga bertambah.
2. Berdasarkan tabel diatas pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan nilai t-statistik sebesar 14,759 dan nilai $p - \text{values } 0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah yang positif dimana apabila kualitas produk bertambah maka kepuasan pelanggan juga bertambah.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengaruh simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian dengan hasil nilai r-square sebesar 0,971 atau sebesar 97,1%. Hal ini menandakan kombinasi kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti merumuskan masukan dan rekomendasi bagi perusahaan serta penelitian selanjutnya. Saran yang diberikan antara lain:

1. Saran Bagi Gerbang *Coffe*

Pada rekapitulasi variabel kualitas produk Gerbang Coffe & Culture Semarang didapatkan mean sebesar 4,20 masuk dalam kategori baik.. Namun masih terdapat beberapa pernyataan yang mendapatkan mean dibawah mean variable yaitu pada pernyataan X1.2 mendapatkan mean 4.17, Kebersihan dalam penampilan minuman saat penyajian masih perlu dijaga dan di tingkatkan untuk kebersihan alat minum yang digunakan, selin itu penampilan saat penyajian minuman juga harus di perhatian atau membuat tampilan dengan lebih mudah diingat pelanggan saat menikmati minumannya. Pernyataan X1.5 dengan mean 4.13 juga masih dibawah mean variabel hal ini menunjukan bahwa aroma yang dihasilkan baik dari minuman dan makanan belum membuat sepenuhnya menarik pelanggan untuk mencoba sehingga pihak *caffé* harus menambah bumbu agar membuat aroma bisa menarik dan menimbulkan selera dari para pelanggan. Pernyataan lain yang mendapatkan nilai mean dibawah mean variable yaitu pernyataan X1.13 dan X1.14 dengan nilai mean 4.12 dan 4.16 walau dibawah mean variabel masih masuk dalam kategori baik, namun tetap harus memperbaiki rasa pada minuman yang disajikan sesuai dengan penamaan serta pada makanan juga untuk lebih memperhatikan tekstur

makanan yang disajikan agar menarik dan sesuai dengan ekspektasi para pelanggan.

Pada aspek kualitas pelayanan, terdapat item dengan mean rendah yaitu X2.3 dengan mean 4,1 item kerapihan pakaian karyawan, X2.4 dengan mean 4,12 item kemenarikan layout restoran, X2.9 mendapat mean 4,19 item karyawan mengetahui tentang semua produk. Hal ini peneliti menyarankan Gerbang Coffee dapat lebih tegas kepada karyawan untuk menjaga kerapiaan saat bekerja dengan baju dan celana tidak *over size*, selain itu penataan layout juga diperhatikan dan mendesain sesuai trend yang sedang terjadi. Karyawan Gerbang *Coffe* juga diwajibkan hafal dengan produk yang dijual dengan diadakan briefing untuk mengingatkan produk apa saja yang bisa disajikan dihari itu.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melanjutkan penelitian pada tahap berikutnya, yaitu meneliti pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini penting dilakukan karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan kontribusi sebesar 97,1% terhadap kepuasan pelanggan. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi, akan lebih relevan apabila penelitian selanjutnya mengkaji sejauh mana kepuasan tersebut berperan dalam membentuk loyalitas pelanggan, seperti intensi pembelian ulang, rekomendasi positif, maupun komitmen pelanggan terhadap Gerbang Coffee & Culture Semarang.

Saran yang diberikan oleh peneliti diharapkan dapat diterima sebagai masukan bagi pihak Gerang Coffee dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.