

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pengunjung Restoran Kedai Niang di Wilayah Kuta”, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penilaian kualitas pelayanan di restoran Kedai Niang berdasarkan dimensi faktor fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yaitu, baik dengan rata-rata pemberian skor yaitu 4,45.
2. Penilaian kepuasan konsumen di restoran Kedai Niang menunjukkan hasil yaitu, puas dengan rata-rata skor 4,2.
3. Kualitas pelayanan berdasarkan faktor fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat korelasi cukup kuat dan searah terhadap kepuasan konsumen di restoran Kedai Niang.
4. Kualitas pelayanan secara keseluruhan memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat korelasi cukup kuat dan searah terhadap kepuasan konsumen di restoran Kedai Niang.

B. Saran

Adapun saran yang disampaikan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Restoran Kedai Niang diharapkan dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi faktor fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan agar dapat mewujudkan kepuasan konsumen dengan sangat baik.

2. Restoran Kedai Niang sebaiknya memperhatikan ketersediaan tisu untuk konsumen agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan dalam dimensi faktor fisik.
3. Restoran Kedai Niang sebaiknya menambah jumlah pegawai dengan kompetensi yang sesuai dengan bidang pelayanan restoran agar dapat melayani konsumen dengan lebih optimal.
4. Dari hasil penelitian didapatkan kualitas pelayanan dari dimensi empati mendapatkan tanggapan yang paling rendah sehingga pihak manajemen perlu lebih memotivasi pegawai untuk meningkatkan rasa empati pada pelanggan.
5. Bagi peneliti berikutnya, agar dapat meningkatkan hasil penelitian ini dengan ruang lingkup yang lebih luas serta menghubungkan variabel-variabel lainnya seperti, kualitas makanan, komposisi gizi, hygiene sanitasi, maupun variabel lainnya yang kemungkinan memengaruhi kepuasan konsumen.