

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui analisis yang telah dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan Mie Gacoan Purwokerto, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk menjadi faktor utama yang mendasari kepuasan. Produk yang disajikan sesuai dengan yang diiklankan, sehingga nilai produk sesuai dengan harapan pelanggan. Meskipun begitu, terkait persepsi nilai produk terdapat kekurangan pada variasi menu, kebersihan penyajian produk, dan konsistensi rasa.
2. Standar pelayanan masih perlu diperbaiki. Hal tersebut disebabkan oleh kebersihan yang masih belum konsisten. Pada situasi tertentu, pelanggan juga perlu proaktif untuk mendapatkan pelayan ketika restoran ramai. Meski demikian, pelatihan dan evaluasi rutin yang diberikan kepada karyawan mencerminkan adanya upaya manajemen dalam menjaga mutu layanan sesuai standar yang telah ditetapkan.
3. Mie Gacoan Purwokerto sesuai dengan preferensinya, khususnya bagi yang menyukai cita rasa pedas, sehingga membeli produk Mie Gacoan Purwokerto sangat memuaskan keinginan pelanggan. Namun, bagi sebagian konsumen, preferensi Mie Gacoan Purwokerto hanya bersifat situasional.
4. Pelanggan merasa sangat puas dengan aksesibilitas yang diberikan Mie Gacoan Purwokerto. Aksesibilitas tersebut meliputi keterjangkauan harga dan lokasi. Harga Mie Gacoan Purwokerto sangat terjangkau dengan kualitas produk yang dapat dinilai baik. Sistem pembayaran yang disediakan juga dinilai oleh pelanggan sangat mudah. Mie Gacoan Purwokerto menyediakan segala bentuk pembayaran, baik *cash/non cash*. Selain itu, lokasi Mie Gacoan Purwokerto juga sangat strategis, sehingga mudah untuk dijangkau, khususnya oleh pelanggan utamanya yaitu mahasiswa.

5. Pelanggan menilai diseminasi yang dilakukan Mie Gacoan Purwokerto kurang memuaskan disebabkan oleh strategi promosi dari cabang Purwokerto yang masih terbatas karena dikendalikan sepenuhnya oleh pusat. Kurangnya promosi lokal dan akun media sosial cabang menyebabkan informasi diskon atau penawaran tidak tersampaikan secara optimal. Namun, popularitas Mie Gacoan Purwokerto timbul berkat kekuatan *user generated content* (UGC) di media sosial, serta promosi dari mulut ke mulut yang efektif di lingkungan komunitas lokal. Fenomena ini menunjukkan bahwa media *earned* dan *shared* dari konsep humas PESO sangat berperan dalam membentuk citra positif merek, meskipun aktivitas *owned* dan *paid* media masih minim.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil dari penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti bermaksud memberikan saran bagi tempat penelitian atau usaha bisnis sejenis dan juga kepada peneliti selanjutnya.

1. Saran Praktis

- a. Mie Gacoan Purwokerto disarankan untuk meningkatkan konsistensi kualitas produk, khususnya dalam hal porsi, tingkat kepedasan, dan kebersihan penyajian, agar kepuasan pelanggan tetap terjaga.
- b. Perlu adanya evaluasi pada layanan pesan antar *online* dan kerja sama dengan mitra platform digital guna mempercepat waktu pengiriman dan meningkatkan keandalan pelayanan.
- c. Pentingnya media sosial lokal atau strategi promosi berbasis komunitas untuk menjangkau pelanggan secara lebih efektif dan tersegmentasi.
- d. Sistem pembayaran perlu ditingkatkan, terutama dalam ketersediaan uang kembalian dan stabilitas sistem digital, agar pengalaman transaksi pelanggan lebih nyaman dan efisien.

2. Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi awal bagi kajian-kajian selanjutnya yang membahas kepuasan pelanggan dalam konteks usaha kuliner, khususnya dengan pendekatan kualitatif dan teori *Marketing Mix* atau faktor-faktor kepuasan pelanggan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan keragaman informan, misalnya

dengan melibatkan pelanggan dari berbagai usia, latar belakang pendidikan, dan preferensi konsumsi, agar menghasilkan temuan yang lebih komprehensif. Kajian mendatang juga dapat memperluas ruang lingkup pembahasan dengan menggali topik terkait

