

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil keseluruhan dari serangkaian analisis yang telah dilakukan, mulai dari identifikasi kesenjangan kualitas layanan (SERVQUAL) hingga penentuan prioritas perbaikan (QFD) melalui Matriks Perencanaan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis selisih Gap antara kualitas pelayanan yang diterima (persepsi) dengan yang diharapkan oleh pelanggan coffee shop didapatkan Gap keseluruhan coffee shop foresthree -0,096. Sedangkan skor Gap dimensi pada coffee shop foresthree, *tangible* sebesar -0,424, *reability* sebesar -0,013, *assurance* sebesar -0,139, *empathy* sebesar -0,028, sedangkan Gap paling tinggi terdapat pada *responsiveness* sebesar 0,015, *food quality* sebesar 0,013. Hal ini menunjukkan masih terdapat kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi pelayanan coffee shop foresthree.
2. Dari proses QFD dihasilkannya usulan perbaikan yang direkomendasikan kepada *cafe* berdasarkan ranking hasil dari House Of Quality (HOQ) pada Quality Function Deployment (QFD) yakni
 - Membuat standar operasional prosedur pelayanan terhadap konsumen,
 - Mengadakan Pelatihan komunikasi dan etika karyawan secara rutin
 - Menambah kecepatan internet (wifi) dan juga sumber listrik yang mudah dijangkau oleh konsumen,
 - Memperkerjakan security yang ditempatkan didalam ataupun di tempat parkir agar dapat meningkatkan rasa aman dan nyaman konsumen Ketika berkunjung
 - Mengadakan pelatihan penyajian produk tepat waktu dan tepat pesanan

- Membuat jadwal pemeliharaan secara rutin untuk fasilitas toilet dan tempat ibadah
- Menambahkan fasilitas yang dapat dinikmati oleh konsumen seperti parkir dan juga dekorasi

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk *coffe shop* forestree Rawalumbu disarankan untuk merealisasikan bahan perbaikan serta peningkatan pelayanan yang diberikan pada customer berdasarkan rekomendasi perbaikan yang telah dihasilkan oleh peneliti harapannya hal tersebut akan berdampak pada peningkatan kepercayaan dan loyalitas customer.
2. Untuk penelitian selanjutnya memperluas kriteria yang dinilai agar mendapat Gambaran yang lebih detail terkait pelayanan yang diberikan sehingga penilaian tidak hanya terbatas pada kriteria yang sudah ada sehingga bahan evaluasi bisa menjadi lebih luas. Serta penelitian selanjutnya bisa lebih menyederhanakan kebutuhan pelanggan dan respon teknis lebih detail dan akurat agar hasil yang dicapai lebih baik.