

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan mengenai pengaruh kualitas layanan *dine in* McDonald's pada masa *new normal* terhadap kepuasan konsumen maka peneliti menarik kesimpulan yaitu variabel kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara parsial, dengan indikator variabel kualitas layanan yang perlu diperhatikan khususnya pada indikator *Responsiveness* (ketanggapan) karyawan karena konsumen merasa saat suasana restoran dalam kondisi ramai pengunjung, karyawan belum mampu sepenuhnya memastikan kembali pengunjung tetap menjaga jarak aman satu dengan yang lainnya.

Variabel kualitas layanan *dine in* McDonald's pada masa *new normal* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen yakni sebesar 34,5% dan sisanya sebesar 65,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. Variabel kualitas layanan yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen adalah *tangible* (berwujud) dengan pernyataan karyawan berpenampilan rapi, bersih dan mengenakan atribut protokol kesehatan (X.1) dengan pilihan jawaban S (setuju) sebesar 88% dan SS (sangat setuju) sebesar 6% responden. Setelah dilakukan penelusuran lebih dalam dengan responden, sebagian besar berpendapat bahwa selama masa *new normal* berlangsung hal yang menjadi perhatian konsumen saat melakukan *dine in* ke restoran McDonald's adalah kondisi atau keadaan karyawan yang melayani konsumen mulai dari pemesanan, penyajian makan, hingga saat proses makan harus berpenampilan rapi, bersih dan pakaian yang dikenakan sudah sesuai dengan protokol kesehatan karena saat penyajian pesanan ke meja konsumen dinilai menjadi salah satu yang rentan memicu penyebaran virus antar satu individu ke individu lain karena terjadi kontak. Saat restoran mampu memastikan karyawan berpenampilan rapi, bersih dan mengenakan protokol kesehatan, maka hal tersebut menjadi salah satu keunggulan bagi restoran untuk tetap menjaga kepuasan konsumen.

Dari semua variabel operasional kualitas layanan, tidak terdapat angka negatif yang cukup signifikan/tinggi, namun terdapat variabel yang memiliki nilai negatif paling tinggi dari indikator lainnya yaitu pada indikator *responsiveness* (ketanggapan) pada pernyataan karyawan tetap memastikan konsumen mengikuti peraturan jaga jarak meski dalam keadaan waktu pengunjung sedang tinggi (X.8) dengan total jawaban TS (Tidak Setuju) sebesar 7% hal ini juga memiliki alasan yang diperoleh dari penelusuran lebih dalam dengan responden. Beberapa dari responden berpendapat dan memperhatikan bahwa pada jam-jam tertentu, seperti waktu makan siang tiba atau saat terjadi peningkatan jumlah pengunjung dalam satu waktu, pihak restoran dinilai tidak mampu dengan tegas untuk memberikan teguran terhadap pengunjung untuk tetap melakukan antrian dengan benar dan tetap menjaga jarak aman antara satu individu dengan individu lainnya untuk tetap menghindari risiko penyebaran virus covid 19.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap kualitas layanan dengan indikator *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian), *empathy* (empati), dan *tangible* (berwujud), maka saran yang diberikan oleh peneliti terhadap restoran McDonald's yaitu sebagai berikut:

1. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen *dine in* pada masa *new normal*, maka perusahaan dapat lebih mengoptimalkan *reliability* (kehandalan), dimana restoran dapat menangani masalah konsumen yang masih kerap kali duduk dengan berkerumun dan tidak menjaga jarak dengan menambah kapasitas restoran dengan memperluas area restoran dan menambah unit meja dan kursi yang lebih banyak agar konsumen dapat lebih leluasa dan tetap menjaga jarak selama melakukan *dine in*.
2. Dalam upaya mempertahankan kinerja karyawan yang bersifat *tangible* (berwujud) karena konsumen puas dengan pelayanan restoran yang bekerja dengan tetap melayani konsumen menggunakan atribut protokol kesehatan yang lengkap demi menjaga kepuasan konsumen dan meningkatkan daya saing.

3. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen, karyawan disarankan memperhatikan *responsiveness* (ketanggapan) yakni agar karyawan lebih memperhatikan ketepatan dan efektivitas waktu dalam menyajikan pesanan konsumen dengan tetap melayani dengan durasi waktu tidak lebih dari 1 menit terutama saat terjadi pembludakan pengunjung dengan menambah tenaga kerja atau karyawan yang menangani penyajian.
4. Dalam upaya meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen, karyawan disarankan agar lebih memperhatikan *assurance* (jaminan) yakni karyawan diharapkan mampu untuk membuat konsumen merasa percaya terhadap perusahaan dengan memperhatikan jaminan yang diberikan terhadap konsumen apabila terdapat pelayanan yang tidak sesuai dengan pelayanan yang dijanjikan oleh restoran, (sebagai contoh: disaat karyawan mengdapi masalah dalam pelayanan sehingga berdampak pada waktu pelayanan yang lebih lama agar memberikan tetap memberikan jaminan yang dijanjikan terhadap konsumen seperti pemberian 1 (satu) es krim cone untuk konsumen yang mengalami kejadian tersebut) hal ini akan membangun rasa percaya konsumen dan menjaga kepuasan konsumen.
5. Dalam upaya meningkatkan kenyamanan konsumen saat melakukan *dine in*, diharapkan karyawan mampu memperhatikan *empathy* (empati) dalam pelayanan, seperti lebih berhati-hati saat melakukan kebersihan lantai, meja-meja makan di sekitar konsumen supaya karyawan tidak merasa terganggu dan merasa dihargai.

Selain bagi perusahaan, peneliti juga memberikan saran terhadap peneliti selanjutnya yakni diharapkan dapat mengembangkan indikator yang dapat diukur pada dimensi variabel bebas (X) yakni kualitas layanan dengan harapan dapat melihat indikator-indikator lainnya yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) yakni kepuasan konsumen.