

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan dari penelitian strategi peningkatan kualitas pelayanan menggunakan *metode customer satisfaction index* dan *importance performance analysis* yang telah dilakukan.

1. Hasil perhitungan gap menunjukkan gap negatif pada keseluruhan dimensi. Gap negatif tertinggi terdapat pada dimensi *tangible* yaitu -0,14; lalu gap negatif tertinggi kedua pada dimensi *responsiveness* yaitu -0,08; kemudian diikuti dengan dimensi *assurance* yaitu -0,07; dan gap negative terendah terdapat pada dimensi *reliability* serta dimensi *empathy* dengan nilai masing-masing sebesar -0,06.
2. Nilai indeks kepuasan pelanggan Int.Space Coffee tertinggi pada dimensi *assurance* yaitu 87,18%; kemudian dimensi *reliability* yaitu 85,95%, lalu dimensi *responsiveness* yaitu 85,62%; dan yang terendah pada dimensi *empathy* dengan nilai 84,39%. Sedangkan nilai indeks kepuasan pelanggan secara keseluruhan adalah sebesar 85,15%. Nilai tersebut berada pada range  $80\% < CSI \leq 100\%$  yang berarti pelayanan yang diberikan bagi konsumen sangat memuaskan.
3. Atribut yang termasuk kedalam kuadran prioritas utama untuk dilakukan perbaikan yaitu pada atribut T6 dan T5. Adapun strategi yang dapat dilakukan Int.Space Coffee dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan cara memperbaiki atribut yang terdapat pada kuadran prioritas utama yaitu dengan cara menyediakan toilet yang bersih dan menyediakan tempat cuci tangan yang higienis. Kemudian Int.Space Coffee dapat mempertankan kinerja pada atribut yang termasuk kedalam kuadran B (pertahankan prestasi) serta memperhatikan kinerja atribut yang dianggap kedalam kuadran D (berlebihan)

## 6.2 Saran

Berikut ini merupakan beberapa saran yang ditunjukkan pada penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

1. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan atribut pada masing-masing dimensi untuk menganalisa kepuasan pelanggan sesuai dengan kebutuhan penelitian.
2. Melakukan penyelesaian masalah dengan metode lain seperti Metode *Service Quality* (SERVQUAL), *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan Metode SWOT untuk melihat seberapa optimal metode utama yang digunakan pada penelitian ini.
3. Diharapkan dapat mengkaji lebih banyak referensi mengenai kepuasan pelanggan seperti melalui sumber berupa buku, ataupun penelitian terdahulu agar hasil penelitian lebih baik pada penelitian selanjutnya.

