

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan Warung Nasi Rencong lebih unggul dibandingkan dengan Warung Nasi Simpang karena dapat dilihat dari jumlah selisih deviasi paling kecil. Selain itu di bawah ini merupakan hasil dari penelitian tentang implementasi metode *Quality Function Deployment* untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada restoran Warung Nasi Rencong, yaitu sebagai berikut :

1. Atribut kualitas pelayanan yang diprioritaskan konsumen yaitu Kenyamanan tempat, Kebersihan tempat, Kehalalan makanan, Kehigienisan makanan dan perlengkapannya, Rasa makanan, Mushola, Lokasi, Kecepatan makanan, Tempat parkir, Variasi menu, Toilet, Performa pramusaji, Respon keluhan pelanggan, Promosi, dan Harga.
2. Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat beberapa upaya operasional yang dilakukan produsen Warung Nasi Rencong guna memenuhi keinginan yang diprioritaskan konsumen terhadap kualitas pelayanan, di antaranya yaitu Menyediakan meja dan kursi yang nyaman, Pengontrolan kebersihan secara rutin, Proses produksi sesuai kehalalan makanan, Adanya pengecekan produk, Sesuai standar operasional prosedur, Pembersihan atribut mushola, Lokasi strategis

dan dapat dilalui kendaraan umum, Pramusaji yang responsif, Menyediakan petugas parkir, Adanya inovasi produk, Pengontrolan kebersihan toilet, Pramusaji yang ramah dan rapih, Menyediakan fasilitas kotak saran, Adanya baliho dan dari mulut ke mulut, dan Mengikuti harga bahan baku.

3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa adanya hubungan atau interaksi antara kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen dengan karakteristik upaya operasional produsen. Hubungan yang memperoleh nilai terbanyak Kenyamanan tempat. Sedangkan hubungan yang memperoleh nilai paling sedikit yaitu pada Lokasi dan Promosi.
4. Upaya operasional yang dilakukan produsen. Adapun hasilnya yaitu Pengontrolan kebersihan secara rutin memperoleh hubungan positif terbanyak dengan upaya operasional produsen lainnya.
5. Dari hasil penelitian diketahui bahwa matriks perencanaan ini berisi tentang urutan prioritas apa saja yang dilakukan oleh Warung Nasi Rencong, di antaranya adalah Kehalalan makanan, Kehigienisan makanan dan pelengkapannya, Rasa makanan, Kebersihan tempat, Performa pramusaji, Kenyamanan tempat, Kecepatan pelayanan, Mushola, Respon keluhan pelanggan, Variasi menu, Toilet, Tempat parkir, Harga, Lokasi dan Promosi.
6. Diketahui bahwa Warung Nasi Rencong lebih baik dibandingkan dengan pesaing, dilihat dari indikator kualitas persepsi konsumen.

7. Upaya operasional yang harus diprioritaskan yaitu pengontrolan kebersihan secara rutin.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diambil, maka penulis memberikan saran dalam rangka untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada restoran Warung Nasi Rencong antara lain sebagai berikut :

1. Sebaiknya pihak manajemen restoran Warung Nasi Rencong melakukan pengembangan dengan memperhatikan urutan prioritas berdasarkan prosedur kualitas hasil dari pengolahan dan analisis dengan menggunakan metode QFD agar sesuai dengan harapan konsumen.
2. Dalam melakukan pengembangan upaya operasional untuk memenuhi keinginan konsumen, salah satu hal yang penting untuk diperhatikan adalah komitmen dan kerja sama yang baik dari seluruh jajaran manajemen restoran Warung Nasi Rencong agar dapat memenuhi kepuasan konsumen.
3. Produsen Warung Nasi Rencong tetap memberikan pelayanan terbaik terutama dalam menentukan harga yang kompetitif dan bersahabat.
4. Dalam pengembangan upaya peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen ada baiknya standar operasional prosedur dari pihak Warung Nasi Rencong dipertahankan, dan sebaiknya pihak produsen Warung Nasi Rencong harus meningkatkan promosi kepada khalayak

supaya keberadaan Warung Nasi Rencong lebih dikenal dengan cara melakukan promosi di media cetak maupun di media internet.

5. Pihak produsen Warung Nasi Rencong sebaiknya mempertahankan kenyamanan tempat, dalam hal ini menyediakan meja dan kursi yang nyaman guna memenuhi kepuasan pelanggan atau konsumen.

