

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di *Starbucks Rest Area* KM 6B, dapat disimpulkan beberapa poin berikut:

1. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan tergolong sangat puas, dengan dimensi *Tangibles* memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,26 pada skala Likert 1–5. Dimensi lainnya juga berada dalam kategori *Puas*, yaitu *Assurance* (4,18), *Empathy* (4,16), *Reliability* (4,08), dan *Responsiveness* (3,99). Namun demikian, meskipun skor persepsinya tertinggi, *Tangibles* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara statistik, berdasarkan hasil analisis *path coefficient* ( $\beta = 0,132$ ;  $p = 0,124$ ).
2. Hasil analisis PLS-SEM menunjukkan bahwa tidak semua dimensi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan rincian sebagai berikut.
  - a. Dimensi *Assurance* memberikan pengaruh paling signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *path coefficient* 0,371 dan *p-value* 0,004.
  - b. Dimensi *Empathy* juga berpengaruh signifikan dengan koefisien 0,290 dan *p-value* 0,031.
  - c. Sebaliknya, dimensi *Responsiveness* tidak berpengaruh signifikan, dengan koefisien hanya 0,088 dan *p-value* 0,308 (di atas ambang 0,05).

3. Terdapat ketidaksesuaian antara implementasi pelayanan di lapangan dengan ketentuan dalam Standar Operasional Prosedur (SOP) *Starbucks*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa dimensi *Responsiveness*, meskipun telah ditetapkan dalam SOP sebagai prioritas layanan cepat dan tanggap, justru memperoleh skor persepsi terendah dari pelanggan dan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan standar tersebut belum berjalan optimal dan perlu ditingkatkan, khususnya dalam hal ketanggapan terhadap kebutuhan pelanggan.
4. Peningkatan kualitas layanan disarankan difokuskan pada dimensi *Responsiveness*, mengingat skor persepsi yang rendah (3,99) dan tidak signifikan secara statistik. Diperlukan pelatihan berkelanjutan bagi karyawan untuk meningkatkan kecepatan dan ketanggapan dalam melayani pelanggan, sehingga pelayanan tidak hanya sesuai SOP di atas kertas, tetapi juga benar-benar dirasakan oleh pelanggan secara nyata.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis terhadap persepsi pelanggan *Starbucks Rest Area* KM 6B, terdapat sejumlah rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan untuk mendorong peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan:

1. Pertahankan keunggulan pada aspek *Tangibles*, yang dinilai paling memuaskan oleh pelanggan, dengan skor rata-rata tertinggi sebesar 4,26. Meskipun dimensi ini tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik terhadap kepuasan pelanggan, persepsi yang positif menunjukkan bahwa aspek fisik seperti kebersihan, kerapian, dan kenyamanan area pelayanan tetap menjadi kekuatan yang perlu dijaga. *Starbucks* disarankan untuk terus menjaga konsistensi standar kebersihan dan tampilan visual,

termasuk memastikan fasilitas seperti tisu, sabun cuci tangan, dan tempat sampah tersedia dalam kondisi layak setiap saat. Kesiapan dalam menangani situasi tak terduga yang dapat mengganggu kenyamanan pelanggan juga perlu menjadi perhatian.

2. Perbaiki kinerja pelayanan pada dimensi *Responsiveness*, mengingat dimensi ini memperoleh skor persepsi terendah (3,99) dan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Upaya peningkatan dapat dilakukan melalui perbaikan kecepatan dan kesigapan staf dalam melayani, mulai dari penerimaan pesanan, respons terhadap pertanyaan, hingga penyelesaian keluhan secara efektif. Starbucks disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan layanan pelanggan secara berkala dan menerapkan sistem pemantauan terhadap interaksi staf dengan pelanggan sebagai bagian dari evaluasi kinerja yang berkelanjutan.
3. Lakukan penyempurnaan terhadap SOP pelayanan, khususnya pada aspek yang berkaitan dengan ketanggapan terhadap pelanggan. SOP disarankan untuk disusun secara lebih terstruktur dan berbasis waktu, misalnya dengan menetapkan standar waktu maksimal untuk membersihkan area publik, menjadwalkan pemeriksaan fasilitas secara rutin, serta menentukan batas waktu respon terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan. Penyempurnaan ini perlu merujuk pada temuan penelitian, dengan fokus pada dimensi yang dinilai belum optimal oleh pelanggan.
4. Lakukan pemantauan berkala terhadap efektivitas penerapan SOP yang telah diperbarui, guna memastikan bahwa perbaikan layanan benar-benar memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Starbucks juga disarankan untuk melibatkan pelanggan secara aktif dalam proses evaluasi layanan, misalnya melalui survei umpan balik, kotak saran,

atau sistem penilaian digital, agar prosedur pelayanan dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan yang dinamis.

