

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan di *Senjani Kitchen* Kota Malang dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), rata-rata tingkat kepentingan tertinggi, yaitu pada atribut makanan yang disajikan bersih dan higienis serta cara berkomunikasi *customer service* *Senjani Kitchen* terhadap pelanggan (keramahan, kesopanan, dan bahasa yang digunakan) dengan rata-rata penilaian 3,6 yang berarti Penting. Sedangkan yang terendah, yaitu atribut *Customer service* *Senjani Kitchen* segera menjawab pertanyaan pelanggan saat melakukan pemesanan dengan nilai rata-rata 2,9.
2. Berdasarkan analisis penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja di *Senjani Kitchen* Kota Malang dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), rata-rata tingkat kinerja tertinggi dihasilkan pada atribut makanan yang disajikan bersih dan higienis serta keamanan dan kebersihan makanan maupun minuman terjamin. Kedua atribut memiliki rata-rata penilaian 3,5 yang berarti menunjukkan bahwa kinerja yang dihasilkan dari kedua atribut tersebut Baik. Sedangkan untuk penilaian tingkat kinerja terendah, yaitu *Customer service* *Senjani Kitchen* memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan *Customer service* *Senjani Kitchen* segera menjawab pertanyaan pelanggan saat melakukan pemesanan mendapatkan skor 2,8.
3. Tingkat kepuasan konsumen di *Senjani Kitchen* Kota Malang dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) didapatkan hasil atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki, yaitu atribut *Customer service* memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, Makanan yang disajikan enak dan terlihat segar, *Customer service* memperhatikan dan melakukan perbaikan mengenai keluhan pelanggan, dan Kesesuaian makanan yang dipesan. Berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapat nilai sebesar 80,1% yang berada pada rentang 66% - 80,99% dengan kategori Puas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan pihak catering *Senjani Kitchen* Kota Malang dapat meningkatkan pelayanan *Customer service* *Senjani Kitchen* agar memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan segera menjawab pertanyaan pelanggan saat melakukan pemesanan dengan cara menjalin hubungan dan komunikasi yang baik karena *customer service* merupakan jembatan antara pelanggan dengan perusahaan. Selain itu, pihak catering *Senjani Kitchen* juga dapat membuat SOP mengenai kegiatan *double checking* mulai dari kegiatan pemesanan hingga produk diterima oleh pelanggan dan menambahkan informasi nilai gizi di *box* makanan *basic meal box* agar pelanggan yang memilih paket selain diet khusus mengetahui asupan gizi hariannya.