

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan pada penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Yoomi Kitchen", maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Yoomi Kitchen dinyatakan diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Yoomi Kitchen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusworo (2025) pada Padang Minang Sae Restaurant yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta didukung pula oleh penelitian Lubis dan Siregar (2023) pada Hilande Koffie Medan yang menemukan hasil serupa.
2. Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Yoomi Kitchen dinyatakan diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga

Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, konsistensi cita rasa yang meliputi rasa, aroma, tekstur, dan tampilan penyajian makanan terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan konsumen Yoomi Kitchen dibandingkan variabel kualitas pelayanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hariyanto (2023) pada Warung Makan Bank One 2 di Jember yang juga menemukan bahwa cita rasa memberikan pengaruh lebih dominan dibandingkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta penelitian Lubis dan Siregar (2023) yang menegaskan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan cita rasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Yoomi Kitchen dinyatakan diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, kualitas pelayanan dan cita rasa secara bersama-sama terbukti mampu memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan, di mana kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan konsumen pada Yoomi Kitchen. Hasil ini konsisten dengan penelitian Kusworo (2025) serta Lubis dan Siregar (2023) yang sama-sama membuktikan bahwa kombinasi kualitas pelayanan dan cita rasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi yoomi *kitchen*

- a) Pada variabel Kualitas Pelayanan, skor tertinggi terdapat pada pernyataan X1.3 mengenai ketepatan penyajian pesanan sesuai dengan yang dipesan pelanggan tanpa ada kesalahan. Capaian ini mencerminkan bahwa keandalan (*reliability*) pelayanan Yoomi Kitchen telah berjalan dengan sangat baik di mata konsumen, sehingga standar keakuratan pesanan yang telah tercapai ini perlu terus dipertahankan dan dijaga konsistensinya agar tetap menjadi keunggulan kompetitif Yoomi Kitchen di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat.

Sementara itu, skor terendah terdapat pada pernyataan X1.6 mengenai kemampuan staf Yoomi Kitchen dalam menangani antrian pelanggan dengan sigap dan terorganisir. Oleh sebab itu, saran yang dapat diberikan kepada pihak Yoomi Kitchen adalah agar meningkatkan sistem manajemen antrian, misalnya dengan menambah jumlah staf pada jam-jam sibuk, menerapkan sistem nomor antrian digital, atau menyediakan estimasi waktu tunggu kepada pelanggan. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan daya tanggap (*responsiveness*) staf sehingga pelanggan merasa lebih dihargai dan nyaman.

- b) Pada variabel Cita Rasa, skor tertinggi terdapat pada pernyataan X2.7 mengenai tampilan penyajian makanan Yoomi Kitchen yang menarik

secara visual dan mampu menambah selera makan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa aspek estetika penyajian atau *food plating* Yoomi Kitchen telah berhasil memberikan kesan positif yang kuat kepada konsumen sejak pertama kali produk disajikan, sehingga keunggulan dalam aspek penampilan produk ini perlu terus dipertahankan dan dikembangkan sebagai identitas visual yang membedakan Yoomi Kitchen dari kompetitor.

Sementara itu, skor terendah terdapat pada pernyataan X2.5 mengenai kesesuaian tekstur makanan Yoomi Kitchen dengan standar kualitas yang diharapkan responden. Oleh sebab itu, saran yang dapat diberikan kepada pihak Yoomi Kitchen adalah agar lebih memperhatikan konsistensi tekstur makanan yang disajikan, mulai dari tingkat kematangan yang tepat hingga pemilihan bahan-bahan baku yang segar dan berkualitas. Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam proses memasak perlu diperketat agar tekstur makanan selalu konsisten di setiap kali penyajian.

- c) Pada variabel Kepuasan Konsumen, skor tertinggi terdapat pada pernyataan Y1 mengenai kesesuaian kualitas pelayanan yang diterima konsumen dengan harapan mereka sebelum berkunjung ke Yoomi Kitchen. Capaian ini sangat positif karena menunjukkan bahwa secara umum pengalaman pelayanan yang dirasakan konsumen telah mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi awal mereka, sehingga standar pelayanan yang telah berhasil membentuk kepuasan ini wajib dipertahankan dan terus ditingkatkan agar konsumen selalu merasa

bahwa kunjungan mereka ke Yoomi Kitchen adalah pengalaman yang sepadan dengan harapan mereka.

Sementara itu, skor terendah terdapat pada pernyataan Y6 mengenai kesediaan responden menjadikan Yoomi Kitchen sebagai pilihan utama ketika ingin menikmati Korean Street Food. Oleh sebab itu, saran yang dapat diberikan kepada pihak Yoomi Kitchen adalah agar terus berinovasi dalam menu dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, misalnya dengan menghadirkan menu-menu baru yang menarik, memberikan program loyalitas pelanggan seperti *membership* atau poin *reward*, serta meningkatkan kehadiran di media sosial untuk memperkuat *brand awareness* Yoomi Kitchen sebagai destinasi Korean Street Food unggulan di Bandar Lampung.

2. Bagi peneliti selanjutnya, Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dan cita rasa secara bersama-sama mampu menjelaskan kepuasan konsumen Yoomi Kitchen sebesar 61,9%, sedangkan sebesar 38,1% sisanya masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Mengingat nilai koefisien regresi kedua variabel dalam penelitian ini bersifat positif, maka dapat disimpulkan bahwa Yoomi Kitchen masih memiliki fondasi kepuasan konsumen yang cukup kuat untuk tetap bertahan, sebagaimana tercermin dari nilai konstanta yang tinggi. Namun demikian, 38,1% yang belum dijelaskan tersebut menjadi celah yang penting untuk ditelusuri lebih lanjut oleh peneliti selanjutnya.