

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan dan dibahas mengenai kualitas pelayanan yang diterapkan pada Kedai Kopi UMKM Wisanggeni Kota Kediri serta peran kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Kedai Kopi UMKM Wisanggeni dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang diterapkan pada Kedai Kopi UMKM Wisanggeni Kota Kediri yakni pertama, Bukti Fisik (*Tangibles*) yakni Bukti fisik yang ditunjukkan Kedai Kopi UMKM Wisanggeni yakni tersedianya Kedai kopi, tersedianya wifi, toilet dan mushola, menyediakan Pembayaran Online, menyediakan Pemesanan Via Online. Kedua, Keandalan (*Reliability*) yakni mampu menyajikan Kopi Khas Wisanggeni serta Karyawan memberikan pelayanan yang baik. Ketiga, Empati (*Emphaty*) yang ada di Kedai Kopi UMKM Wisanggeni yakni berupa memberikan jam oprasionanal yang nyaman dan memberikan harga menu terjangkau untuk konsumen Keempat yakni Jaminan (*Assurance*) yang dilakukan Kedai Kopi UMKM Wisanggeni dalam melayani Konsumen yakni tersedianya tester kopi, memberikan produk yang sudah terdaftar di dinas kesehatan, dan pengantaran produk pesanan bubuk kopi yang di order secara online sampai ke lokasi tempat tujuan pelanggan. Kelima, Daya Tanggap (*Responsivess*) Kedai Kopi UMKM Wisanggeni melakukan pelayanan

dengan tanggap berupa melayani dengan cepat dan tepat serta dapat memberikan pemahaman dengan baik terhadap produk yang dijual.

2. Peran Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen Kedai Kopi UMKM Wisanggeni, Kualitas pelayanan yang ada di Kedai Kopi UMKM Wisanggeni yang telah dilakukan dapat diukur melalui indikator-indikator berikut yang pertama, Sistem Keluhan dan Saran yakni upaya memenuhi serta menjamin kepuasan konsumen Kedai Kopi UMKM Wisanggeni juga memperhatikan mengenai kritik dan saran yang dapat disampaikan. kedua *Ghost shopping* diartikan sebagai pihak Kedai Kopi UMKM Wisanggeni menggunakan seseorang untuk mengamati kekuatan dan kelemahan yang dialami dalam membeli produk maupun dalam pelayanan yang mereka lakukan. Ketiga *Survey Kepuasan Konsumen Kedai Kopi UMKM Wisanggeni* juga melakukan survey kepuasan dengan cara menanyai langsung pelanggan serta melihat banyaknya kritik saran yang masuk di Kedai Kopi UMKM Wisanggeni. Keempat, Analisa Pelanggan yang Hilang (*Lost Customer Analysis*) Kedai Kopi UMKM Wisanggeni belum menemukan secara spesifik konsumen yang hilang dan tidak membeli lagi produk Kedai Kopi UMKM Wisanggeni.

B. Saran

Setelah pembahasan serta kesimpulan yang peneliti paparkan, terdapat beberapa saran yang disampaikan serta diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen Kedai Kopi UMKM Wisanggeni, saran tersebut yakni :

1. Untuk Kedai Kopi UMKM Wisanggeni

Mengacu pada hasil penelitian diatas, maka diharapkan Kedai Kopi UMKM Wisanggeni melakukan monitoring dan evaluasi secara rutin mengenai pelayanan yang ada di Kedai Kopi UMKM Wisanggeni, selain itu diharapkan Kedai Kopi UMKM Wisanggeni dapat mengaktifkan kembali media sosial yang dipunyai guna mempermudah interaksi dengan pelanggan ataupun dapat digunakan sebagai sarana iklan, yang terakhir diharapkan Kedai Kopi UMKM Wisanggeni dapat meningkatkan kembali fasilitas guna menunjang kenyamanan Konsumen.

2. Untuk penelitian yang akan datang

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat lebih mendalami lagi atau dapat mengkaji dengan sudut pandang berbeda dan dapat dikaji menurut perspektif umum maupun perspektif ekonomi islam guna menambah keilmuan dibidang ekonomi islam.