

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan mengenai peran strategi pelayan dalam meningkatkan kepuasan konsumen perspektif ekonomi islam pada Café Warung Gunung (WAGU) Mojoroto Kota Kediri adalah sebagai berikut :

1. Strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Café Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri adalah tersedianya fasilitas atau Bukti Fisik (*Tangible*) yang memadai seperti: musholla, toilet, parkir yang luas, dan lesehan atau gazebo yang luas. Keandalan (*Reability*) yang diberikan berupa kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani pesanan konsumen dengan menggunakan alat bantu berupa aplikasi olsera yang dapat memudahkan terhubungnya antara dapur dan kasir. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yang diberikan adalah selalu bersikap ramah dan sopan dalam melayani konsumen. Pemberian Jaminan (*Assurance*) penggantian barang apabila adalah kesalahan dari pihak Wagu berupa kerusakan dan ketidaksesuaian dalam pesanan. Empati (*Empaty*) yang diberikan berupa dilakukannya komunikasi yang baik dengan konsumennya, seperti pelayan menunjukkan menu-menunya dan apabila konsumen belum jelas mereka bisa menjelaskannya.
2. Peran strategi pelayanan Café Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri dalam meningkatkan kepuasan konsumen Perspektif Ekonomi Islam

adalah Professional (*Fathanah*) dalam melayani konsumen yaitu: harus siap dalam kondisi apapun, memiliki dasar dalam melayani konsumen dan fokus dalam pekerjaannya. Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*) ditunjukkan dengan cara memberikan senyuman, berbicara sopan dan berpakaian rapi. Jujur (*Shidiq*) dalam menyampaikan perubahan harga, struk pembayaran yang jelas, terbuka dengan pembeli, dan menunya sesuai dengan harga dan rasa. Dapat Dipercaya (*Amanah*) memberikan pelayanan yang baik dari konsumen datang, pesan, sampai bayar tidak perlu antri ke kasir.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas penelitian ini.

1. Untuk Café Warung Gunung (WAGU)

Mengacu pada hasil penelitian tersebut, Café Wagu dalam melakukan strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui *tangible, reability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Kelima dimensi tersebut merupakan satu kesatuan jadi dibutuhkan proses yang lebih matang dalam pelaksanaannya agar dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen demi kelancaran usaha. Sedangkan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen sebaiknya menggunakan keempat indicator yaitu *system* keluhan dan saran, *ghost shopping, last customer analysis*, dan *survey* kepuasan konsumen, karena keempat indicator tersebut merupakan

satu kesatuan yang jika dilakukan bersama-sama akan meningkatkan kepuasan konsumen secara maksimal. Untuk fasilitas di Café Wagu sebaiknya lebih diperbaiki lagi, untuk meletakkan tisu, tusuk gigi dan asbak disetiap meja agar tetap terjaga kebersihan dan kerapian tempat dan untuk tempat yang luas sebaiknya lebih dibanyakkan tanaman pohon-pohon kecil yang rindang agar tempatnya lebih adem.

2. Untuk peneliti yang akan datang

Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan dibidang ekonomi islam.