

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

1. Variabel kualitas pelayanan yang terdiri *responsiviness*, *reliabilities*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangiabls* berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen RM.Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.
2. Kelima variabel kualitas pelayanan yang terdiri *responsiviness*, *reliabilities*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangiabls*. Hanya ada dua variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen, yaitu *reliability* dan *tangiabls*. Variabel *responsiviness*, *reliabilities*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangiabls*, variabel yang paling dominan memberikan pengaruh secara parsial terhadap minat konsumen RM.Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin yaitu variabel *tangiabls*. Sedangkan variabel yang kurang berpengaruh *responsiviness*, *assurance*, *emphaty*.

#### **B. Saran**

1. Manajemen RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin perlu menjaga serta meningkatkan komitmen karyawannya untuk senantiasa menciptakan pelayanan yang berkualitas, hal ini dapat dimulai dari *customer service* sebagai bagian yang pertama kali melakukan interaksi dengan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan serta keramahan saat berkomunikasi dengan konsumen.

2. Untuk pihak RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin agar untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan seperti melakukan *job training* kepada para karyawannya agar lebih professional dalam melakukan pekerjaan. RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin juga diharapkan mampu memperbaiki kelemahan pelayanannya yang ada dalam penelitian ini. Dan memberikan label di kemasan untuk dibawa pulang agar lebih bagus .
3. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperluas ruang lingkup penelitian seperti, melakukan penelitian terhadap kualitas produk atau mengenai label produk pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.