

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di The Larder at 55 Bandung”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

##### **6.1.1. Perhitungan Statistik**

Berdasarkan hasil analisis dari perhitungan statistik yang telah dihitung oleh penulis pada bab 5, maka ditarik kesimpulan:

- a. Dari hasil analisis korelasi, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,575. Berdasarkan tabel 5.41 pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, nilai koefisien korelasi sebesar 0,575 termasuk dalam kategori tingkat hubungan “sedang” (dalam rentang 0,40 – 0,599). Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan di The Larder at 55 memiliki tingkat hubungan yang sedang.
- b. Dari hasil koefisien determinasi, nilai koefisien (R Square) sebesar 33%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan yang dilakukan The Larder at 55 memberi pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kontribusi 33%. Sementara sebanyak 67% (100% - 33%) dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

- c. Dari hasil uji hipotesis, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,952 yang memiliki nilai lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Berdasarkan hasil tersebut, maka diambil keputusan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Kesimpulan yang dapat ditarik maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di The Larder at 55. Sehingga hipotesis awal yang diajukan oleh penulis dapat diterima.

### **6.1.2. Tanggapan Responden**

Berikut hasil tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

#### **6.1.2.1. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan memiliki hasil total skor aktual sebesar 5500 dari 17 pernyataan yang berasal dari rekapitulasi hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden. Berdasarkan garis kontinum variabel Kualitas Pelayanan (Gambar 5.6), hasil total skor aktual termasuk dalam kategori “Baik”.

Dari tabel rekapitulasi variabel kualitas pelayanan berdasarkan urutan peringkat tertinggi (Tabel 5.32) terdapat tiga pernyataan terkait variabel kualitas pelayanan dengan peringkat tertinggi. Berikut tiga pernyataan dengan skor rata-rata tertinggi terkait variabel kualitas pelayanan:

1. Peringkat pertama, pernyataan “Kualitas makanan dan minuman yang diberikan aman untuk dikonsumsi” memiliki skor rata-rata sebesar 3,48 yang termasuk dalam kategori “sangat setuju”. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa The Larder at 55 selalu menjaga kualitas makanan dan minuman dengan menjaga kualitas bahan baku yang diperoleh dari supplier untuk mengolah makanan atau minuman yang akan dijual The Larder at 55. Selain itu, peralatan makan yang diberikan kepada pelanggan terjaga kebersihannya. Oleh karena itu, pelanggan merasa tenang dengan kualitas makanan atau minuman yang dikonsumsi.
2. Peringkat kedua, pernyataan “Pelayan menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan pesanan” memiliki skor rata-rata 3,39 yang termasuk dalam kategori “sangat setuju”. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa The Larder at 55 memiliki standar operasional prosedur (SOP) yang sangat baik seperti pencatatan pesanan sehingga pelayan tepat mengantarkan pesanan sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan dan pelanggan tersebut merasa puas dengan apa yang diterima.
3. Peringkat ketiga, pernyataan “Kebersihan yang baik pada ruangan” memiliki skor rata-rata 3,36 yang termasuk kategori “sangat setuju”. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa The Larder at 55 memiliki staf pelayan yang baik karena selalu menjaga kebersihan area ruangan. Oleh karena itu, pelanggan merasa nyaman dengan area ruangan yang ditawarkan The Larder at 55

Dari tabel rekapitulasi variabel kualitas pelayanan berdasarkan urutan peringkat tertinggi (Tabel 5.32) terdapat 3 pernyataan terkait variabel kualitas pelayanan dengan peringkat terendah. Berikut 3 pernyataan dengan skor rata-rata terendah terkait variabel kualitas pelayanan:

1. Peringkat pertama, pernyataan “Pelayan The Larder at 55 selalu menanyakan permintaan/kebutuhan pelanggan” memiliki skor rata-rata 2,83 yang termasuk kategori “setuju”. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa The Larder at 55 memiliki pelayan yang seringkali tidak menanyakan permintaan/kebutuhan pelanggan, dikarenakan pelayan memiliki kesibukan lain seperti mengantarkan pesanan untuk pelanggan lain atau menanggapi permintaan kebutuhan pelanggan yang memanggil staf tersebut
2. Peringkat kedua, pernyataan “Menu yang ditawarkan selalu tersedia setiap pelanggan akan memesan” memiliki skor rata-rata 3,01 yang termasuk kategori “setuju”. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa The Larder at 55 memiliki makanan atau minuman yang bahan bakunya seringkali tidak tersedia sehingga makanan atau minuman yang dipesan oleh pelanggan tidak tersedia. Selain itu, makanan atau minuman yang dijual oleh The Larder at 55 diproduksi dengan jumlah yang terbatas sehingga makanan atau minuman yang dipesan oleh pelanggan tidak tersedia.

3. Peringkat ketiga, pernyataan “Pelayan cepat dalam menyelesaikan keluhan konsumen” memiliki skor rata-rata 3,14 yang termasuk kategori “setuju”. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa The Larder at 55 memiliki pelayan yang seringkali lambat dalam menyelesaikan keluhan pelanggan seperti pelanggan yang telah meminta sesuatu namun karena pelayan yang sibuk sehingga pelanggan memperoleh permintaan tersebut secara lambat.

### **6.1.2.2. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas Pelanggan memiliki hasil total skor aktual sebesar 1562 dari 5 pernyataan yang berasal dari rekapitulasi hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden. Berdasarkan garis kontinum variabel Loyalitas Pelanggan (Gambar 5.7), hasil total skor aktual termasuk dalam kategori “Baik”.

Dari tabel rekapitulasi variabel loyalitas pelanggan berdasarkan urutan peringkat tertinggi (Tabel 5.40) terdapat dua pernyataan terkait variabel loyalitas pelanggan dengan peringkat tertinggi. Berikut pernyataan dengan skor rata-rata tertinggi terkait variabel Loyalitas Pelanggan.

Kedua pernyataan “Saya puas akan pelayanan The Larder at 55” dan “Akan menyatakan hal-hal positif kepada teman/orang lain mengenai menu dan pelayanan The Larder at 55” memiliki skor rata-rata yang sama untuk kedua pernyataan tersebut yakni 3,29 yang termasuk kategori “sangat setuju”. Berdasarkan kedua pernyataan tersebut menunjukkan bahwa The Larder at 55 memiliki pelanggan yang puas akan pelayanan yang diberikan The Larder at 55 dan bersedia menyatakan hal-hal positif kepada teman/orang lain mengenai menu dan pelayanannya.

Kedua pernyataan tersebut mencerminkan bahwa pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang baik kepada The Larder at 55 karena karakteristik pelanggan yang loyal adalah puas dengan apa yang diterimanya dan bersedia mereferensikan hal positif kepada teman/orang lain.

## 6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan saran untuk The Larder at 55 Bandung. Berikut beberapa hal yang dapat penulis sarankan kepada pihak The Larder at 55:

1. The Larder at 55 sebaiknya membuat standar operasional prosedur (SOP) untuk meningkatkan empati pelayannya terhadap pelanggan. Empati tersebut yaitu menanyakan permintaan/kebutuhan pelanggan. Karena setiap pelayan menanyakan permintaan/kebutuhan pelanggan, hal tersebut dapat berdampak positif kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa dipedulikan atau diperlakukan secara spesial sehingga akan memberikan kesan positif di pikiran pelanggan terhadap pelayanan The Larder at 55.
2. The Larder at 55 sebaiknya menambah pasokan bahan baku dan menambah produksi yang akan diolah menjadi makanan atau minuman pada jangka waktu tertentu. Hal tersebut disebabkan karena seringkali pada waktu tertentu, makanan atau minuman tidak tersedia ketika pelanggan memesan menu tersebut.
3. Pelayan The Larder at 55 sebaiknya langsung menyelesaikan keluhan yang diminta pelanggan. Selain langsung menyelesaikan keluhan yang diminta pelanggan, sebaiknya The Larder at 55 menambah jumlah staf/pelayan pada waktu-waktu tertentu, contohnya ketika jam makan dan hari weekend

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free Press. New York: The Free Press.
- Alnsour, M. S., Abu, B. T., & Alzyadat, M. A. (2014). Using SERVQUAL to assess the quality of service provided by Jordanian telecommunications Sector. *International Journal of Commerce and Management*, 209-218.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (1982). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Dika, R. K., & Sugiharto, S. (2018). Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran Vol.5, No.2*, 1-7
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23* (Vol. 8). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2016). The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 21-40.

- Jimanto, R. B., & Kunto, Y. S. (2014). Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2, No.1*, 1-7.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). "The marketing aspect of service quality," In L. Berry, G. Shostack, and G. Upah. *Emerging Perspective on Service Marketing*, 99-107.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration Vol.1 No.2*, 232-243.
- Oliver, R. L., & Swan, J. E. (1983). Customer perception of interpersonal equity and satisfaction in transactions: a field survey approach. *Journal of Marketing, Vol. 53*.
- Putri, Y. L. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa) . *Among Makarti Vol.10 No.19*, Juli 2017, 70-90.
- Subagyo, R., & Adlan, M. A. (2017). Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 2-3.

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:  
Alfabeta.