

BAB 4 Kesimpulan, Rekomendasi, dan Implikasi

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan topik dari penelitian ini yaitu “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan kepada Loyalitas Pelanggan di Mav Coffee” dapat diambil kesimpulan bahwa sebagai berikut:

- a. Variabel dari kualitas layanan dan variabel dari kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap variabel loyalitas pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh secara positif namun mempunyai pengaruh yang lemah, sedangkan variabel dari kepuasan pelanggan berpengaruh positif secara kuat terhadap loyalitas pelanggan

Kesimpulan yang bisa didapat dari hasil penelitian kali ini adalah dapat menjawab identifikasi masalah yang ada yaitu:

- a. “Apakah Kualitas Layanan mempunyai pengaruh dalam loyalitas pelanggan yang berkunjung di Mav Coffee?”, variabel dari kualitas layanan (X1) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Mav Coffee namun pengaruh yang ada tergolong lemah atau tidak terlalu kuat dalam pengaruh variabel loyalitas pelanggan.
- b. “Apakah kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh dalam loyalitas pelanggan di Mav Coffee?”, variabel dari kepuasan pelanggan (X2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Mav Coffee secara kuat dan signifikan dalam pengaruh variabel loyalitas pelanggan.
- c. “Apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan bersama – sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Mav Coffee?”, variabel kualitas layanan (X1) dan variabel kepuasan pelanggan (X2) bersama – sama berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 43% berdasarkan hasil uji dari koefisien determinasi.

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan atas “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan kepada Loyalitas Pelanggan di Mav Coffee” dapat diberikan rekomendasi serta masukan untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan dalam masa yang akan datang, rekomendasi yang dapat dilakukan adalah:

1. Untuk kualitas layanan sendiri, Mav Coffee dapat meningkatkan lagi kualitas layanannya dari segala aspek, mulai dari fasilitas yang ada hingga pelayanan dari pegawai kepada pelanggan agar dengan meningkatkan kualitas layanan, maka loyalitas pelanggan pun akan meningkat.
2. Untuk kepuasan pelanggan, Mav Coffee harus meningkatkan kepuasan pelanggan yang ada di Mav Coffee, dengan memberikan pelayanan yang ramah dan baik ke pelanggan, sistem pemesanan dan pembayaran yang mudah, hingga suasana kafe yang nyaman dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang ada sehingga dengan memberikan hal tersebut maka loyalitas pelanggan pun akan meningkat.
3. Dengan variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan pelanggan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ditingkatkan kualitasnya serta ditingkatkan kepuasan pelanggan oleh Mav Coffee maka tingkat loyalitas pelanggan akan meningkat juga yang dapat bermanfaat secara bisnis bagi Mav Coffee agar dapat terus berkembang terhadap situasi persaingan bisnis yang ketat dan serta bertahan dalam jangka waktu yang lama di industri makanan dan minuman di Kota Bandung.

4.3 Implikasi

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dimana kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Mav Coffee, dapat menerapkan implikasi yang dapat berguna bagi Mav Coffee itu sendiri ataupun bisnis umum yang ada.

4.3.1 Implikasi bagi Mav Coffee

Secara umum, Mav Coffee harus mampu untuk fokus dalam meningkatkan kualitas layanannya agar mampu meningkatkan lagi loyalitas pelanggan, sehingga dengan meningkatkan kualitas layanan yang ada maka akan semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan yang ada di Mav Coffee. Mav Coffee harus meningkatkan keseluruhan aspek layanannya, seperti dari keramahan staf dalam menyapa pelanggan, kualitas bahan baku yang digunakan, hingga suasana yang ada di kafe tersebut. Selain itu, Mav Coffee juga harus mampu menerima feedback dari para pelanggan yang datang berkunjung dan membeli di Mav Coffee, dimana Mav Coffee harus mampu menerima kritik dan membuat sebuah evaluasi dalam sebuah layanan agar mampu meningkatkan kualitas layanan yang ada di Mav Coffee. Peningkatan hal tersebut akan membuat pelanggan merasa puas sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. .

4.3.2 Implikasi untuk Bisnis

Secara umum, bahwa kualitas dari suatu pelayanan itu sendiri merupakan hal yang sangat penting dan merupakan faktor yang penting dalam membentuk loyalitas pelanggan karena kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal – hal yang harus diperhatikan dalam meningkatkan kualitas layanan adalah tentunya bukti fisik yang ada dalam melayani pelanggan, lalu ada keandalan dimana para pegawai yang melayani pelanggan harus membantu dengan baik, ada daya tanggap yang cepat dalam merespon bantuan yang dibutuhkan oleh pelanggan, serta para pegawai harus memahami produk apa yang dijual sehingga dapat membantu pelanggan yang mengalami kesulitan. Dalam hal ini, semua bidang bisnis yang ada tentunya harus memperhatikan hal ini agar mampu mendapatkan kesuksesan yang diharapkan karena dengan mendapatkan loyalitas pelanggan, dapat membantu dan bermanfaat bagi keuntungan bisnis yang sedang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 5(2), 1653-1664. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1323>
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114-126, <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1198&context=jbb>
- Databoks. (2021). Terbanyak Nasional, Jumlah UMK Makanan dan Minuman Jawa Barat Capai 791,4 Ribu. Diakses pada 12 April 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/23/terbanyak-nasional-jumlah-umk-makanan-dan-minuman-jawa-barat-capai-7914-ribu>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan OVO pada masa Physical Distancing. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 24-32, doi: <http://dx.doi.org/10.24269/asset.v3i1.2652>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. Marketing Management Global Edition 15. Pearson Education Limited.
- Pitanatri, Putu Diah Sastri. (2016). Inovasi Dalam Kompetensi: Usaha Kuliner Lokal Menciptakan Keunggulan Kompetitif di Ubud. *JUMPA*. 3(1), 1-27, doi: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jumpa/article/view/23026/15156>

- Pratama, E. H., Santoso, A., & Girahani, E. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Pada Warung Internet I-Cafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Kota Blitar. *JIMEK*, 1(2), 179-188. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.311>
- Pritandhari, M. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo). *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 3(1), 51-60, <https://ojs.fkip.ummetro.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/142/113>
- Puspita, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan GrabBike. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 97-110, <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i2.947> s
- Putri, I. A. Y. M., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Warung Ko-Vaitnam Singaraja. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 214-219. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.48585>
- Rifa'i, M. (2019). *Manajemen Organisasi Pendidikan*. Malang: CV Humanis.
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., dan Andrianto, B. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*. 1(1), 29-37. doi: <https://jurnal.unipar.ac.id/index.php/jembe/article/download/1275/1100>
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. RADITA AUTOPRIMA). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 92–102.
- Sudjianto, E. Y., & Japarianto, E. (2017). Pengaruh Perceived Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable

- Intervening Di Hotel Kartika Graha Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 54-60.
https://repository.petra.ac.id/17710/1/Publikasi1_02051_3716.pdf
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Tannady, H. (2015). *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia: Bandung.
- Caroline, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan GrabBike pada Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.
- Nurfajrina, A. (2024). *Mengenal Rumus Lemeshow dan Cara Menghitung Sampelnya*. Diakses pada tanggal 24 April 2024, dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7176509/mengenal-rumus-lemeshow-dan-cara-menghitung-sampelnya/>
- Cuhanazriansyah, M. R., & Giatman, M. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan DANA pada masa Physical Distancing*. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(2), 1-10. DOI: <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i2.35853>

Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.
Yogyakarta: Andi Offset.