

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Vermont**”, dapat ditarik kesimpulan dan saran oleh penulis bagi pihak restoran Vermont:

#### **6.1 Kesimpulan**

##### **6.1.1 Perhitungan Statistika**

###### **6.1.1.1 Perhitungan Koefisien Korelasi**

Berdasarkan hasil analisis korelasi terlihat bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,773. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah searah, artinya jika kualitas pelayanan semakin baik maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi. Berdasarkan kriteria interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,773 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat, karena berada pada interval 0,60 – 0,799, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

### **6.1.1.2 Perhitungan Analisis Regresi Linier**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier dapat dilihat bahwa konstanta sebesar 6,480 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan bernilai 0 (nol) dan tidak ada peningkatan, maka loyalitas pelanggan akan bernilai sebesar 6,480. Nilai X yaitu kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,170 artinya jika kualitas pelayanan meningkat semakin baik, maka diprediksikan loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,170. Maka hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas konsumennya.

### **6.1.1.3 Perhitungan Uji Hipotesis Parsial (t Test)**

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis parsial dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk kualitas pelayanan sebesar  $12,065 > t_{tabel} 1,984$  sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **6.1.1.4 Perhitungan Koefisien Determinasi**

Berdasarkan hasil analisis determinasi diketahui bahwa nilai koefisien determinasinya yaitu  $0.598 \times 100\% = 59,8\%$ . Atau dengan kata lain kualitas pelayanan Restoran Vermont memiliki pengaruh sebesar 59,8% terhadap loyalitas

konsumen, sedangkan 40,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **6.1.2 Analisis Deskriptif**

### **6.1.2.1 Hasil Data Responden**

1. Restoran Vermont memiliki pengunjung yang mayoritasnya adalah perempuan yaitu sebanyak 54% dan laki-laki hanya 46%.
2. Dari data responden, rata-rata orang berkunjung berkisaran usia 26 – 35 tahun dengan frekuensi 45%. Dan tertinggi kedua adalah 17 – 25 tahun yang berfrekuensi 32%.
3. Berdasarkan data responden, pengunjung restoran Vermont didominasi oleh pegawai swasta, dan tertinggi kedua adalah wiraswasta yaitu berfrekuensi sebesar 24%.
4. Dari data responden berdasarkan penghasilan, rata-rata penghasilan tertinggi berkisar 2 – 3 juta. Dan rata-rata penghasilan tertinggi kedua adalah 3 – 4 juta.

### **6.1.2.2 Tangapan Responden**

Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden tentang kualitas pelayanan maka ada dua pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dan

termasuk dalam kategori sangat setuju. Dua pernyataan tersebut berasal dari dimensi *reliability*, terdiri dari:

1. Karyawan Restoran Vermont terampil dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan.

Besarnya nilai rata-rata yaitu 4,38 dapat dikatakan bahwa pernyataan ini masuk dalam kategori sangat setuju. Hasil ini mencerminkan bahwa responden memiliki persepsi bahwa karyawan restoran Vermont mampu dengan terampil mengolah menu makanan dan minuman yang ditawarkan di dalam menu. Karyawan di Restoran Vermont memang sudah terlatih dalam mengolah menu makan, sehingga mereka terampil dalam mengolahnya.

2. Restoran Vermont memiliki jam buka yang konsisten.

Besarnya nilai rata-rata yaitu 4,23 dapat dikatakan bahwa pernyataan ini masuk dalam kategori sangat setuju. Jam buka Restoran Vermont dari pukul 08.00 sampai dengan 23.00 sudah cocok sebagai jam buka sebuah restoran karena bisa dimanfaatkan untuk sekedar nongkrong maupun makan siang dan makan malam.

Berdasarkan tabel rekapitulasi yang sama pula ada satu pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling kecil dan berasal dari dimensi *empathy* yaitu “Karyawan Restoran Vermont selalu menanyakan keperluan tamu”. Besarnya nilai

rata-rata yaitu 3,14 dapat dikatakan bahwa pernyataan ini masuk dalam kategori kurang setuju. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa karyawan Restoran Vermont kurang selalu menanyakan keperluan tamu. Hal ini dikarenakan sering penuhnya Restoran ini, terutama saat *weekend*.

Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden tentang loyalitas konsumen maka ada pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi yaitu pernyataan "Saya akan datang kembali ke restoran Vermont." Besarnya nilai rata-rata yaitu 4,28 dapat dikatakan bahwa pernyataan ini masuk dalam kategori setuju. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden menyatakan kesediaannya untuk berkunjung kembali ke Restoran Vermont setelah kunjungan yang dilakukannya saat ini. Salah satu indikasi loyalitas konsumen dapat dilihat dari kesediaannya untuk datang kembali. Sikap seperti ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dan otomatis akan timbul loyalitas dalam dirinya terhadap Restoran Vermont.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dibahas, ada satu pernyataan yang memiliki rata-rata paling rendah dan berasal dari dimensi *empathy* yaitu "Karyawan Restoran Vermont selalu menanyakan keperluan tamu". Besarnya nilai rata-rata yaitu 3,14 dapat dikatakan bahwa pernyataan ini masuk dalam kategori kurang setuju. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa karyawan Restoran Vermont kurang selalu

menanyakan keperluan tamu. Hal ini dikarenakan sering penuhnya Restoran ini, terutama saat *weekend*.

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut maka sebaiknya manajemen restoran Vermont lebih mengingatkan lagi pada para karyawan restoran Vermont untuk lebih memberikan perhatian lebih kepada seluruh konsumennya. Peringatan ini dilakukan saat *briefing* pagi sebelum restoran Vermont buka, diingatkan kembali agar tidak lupa untuk selalu menanyakan keperluan tamu. Saat restoran akan mengalami *rush hour* atau waktu penuh dan ramai pengunjung di restoran maka manajemen restoran Vermont sebaiknya menambah *waitress part time* atau *daily workers* di saat waktu yang dibutuhkan seperti saat *weekend*. Dan juga untuk *supervisor* agar selalu mengingatkan dan memberi teguran jika ada *waitress* yang masih tidak bekerja dengan maksimal, seperti misalnya ada *waitress* lupa untuk menanyakan keperluan tamu.

## DAFTAR PUSTAKA

Espejel, J. F., dkk (1995). *Consumer Behavior; Eight Edition. Orlando: The Dryden Press.*

Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan.* Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service)

Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principles Of Marketing 14<sup>th</sup> Edition.* England: Pearson Education Limited

Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup> edition.* New Jersey: Pearson Education, inc

Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It, New and Revised Edition.* Wiley

Nainggolan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.* Tesis Univeristas Sumatra Utara. 2011

Normasari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan.* 2013.

Rajawali, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Hubungannya dengan Loyalitas Konsumen Carrefour di Kota Medan*". Skripsi Universitas Sumatera Utara. 2008

Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Syahputra. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas pada Hotel Lido Graha di Lhokseumawe*. 2011

Tandanu, Mansur. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang pada Brastagi Supermarket Medan*. Medan: Tesis, Universitas Sumatra Utara.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Jasa*, Penerbit bayu Media publishing, Malang.

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.