

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada responden (konsumen) Kantin Papa Mama Bandung, diperoleh hasil bahwa konsumen dari Kantin Papa Mama Bandung mayoritas adalah pria dengan rata-rata usia dari 15-30 tahun, dan sebagian besar adalah pegawai. Selain itu mayoritas konsumen Kantin Papa Mama Bandung memiliki pengeluaran per bulan sebesar >2.000.000,- dengan mayoritas intensitas datang ke Kantin Papa Mama Bandung adalah sebanyak 3 kali.

Hasil dari deskripsi variable penelitian menunjukkan secara keseluruhan Kualitas layanan pada Kantin Papa Mama Bandung telah dilakukan dengan baik melalui dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance, dan empathy*. Loyalitas konsumen pada KANTIN PAPA MAMA Bandung secara keseluruhan juga sudah termasuk dalam kategori baik.

Setelah dilakukan analisis koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0.655 atau 65.5%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas layanan memberikan pengaruh sebesar 65.5% terhadap Loyalitas Konsumen. Sedangkan sebanyak 34.5% sisanya merupakan kontribusi pengaruh yang diberikan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Setelah dilakukan analisis dari hasil uji T, Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen karena nilai t-hitung (21.279)

berada pada daerah penolakan  $H_0$ , dengan kata lain  $H_a$  diterima. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka ada beberapa hal yang dapat disarankan bagi Kantin Papa Mama Bandung. Keunggulan Kualitas layanan yang dimiliki harus tetap terjaga karena sebagian konsumen sudah merasa terbantu untuk tetap loyal pada Kantin Papa Mama Bandung dan serta tetap menjaga loyalitas konsumen. Beberapa hal yang dapat penulis sarankan kepada pihak Kantin Papa Mama Bandung, antara lain adalah :

1. Meningkatkan pelayanan dengan jasa pengantaran ataupun menggunakan aplikasi *e-commerce* seperti Go-Food ataupun hal lain yang serupa. Karena dengan adanya pelayanan tersebut lebih memudahkan konsumen untuk menikmati makanan yang disediakan oleh Kantin Papa Mama Bandung tanpa harus ribet dan cepat sampai
2. Dilihat dari hasil penelitian yang penulis lakukan untuk loyalitas konsumen sudah baik. Adapun agar loyalitas itu bisa tetap terjaga ataupun meningkat yakni dengan tetap mengadakan promo setiap waktu agar konsumen yang belum menikmati menu makanan yang ada di Kantin Papa Mama Bandung dan memberikan harga khusus ataupun *reward* kepada pelanggan agar tetap loyal untuk datang ke Kantin Papa Mama Bandung.

3. Meningkatkan perkembangan Kantin Papa Mama dengan cara berjualan dengan membuka *foodtruck* atau membuka jasa *catering* untuk para pegawai kantoran di wilayah Kota Bandung dengan cara menyebarkan brosur atau menu paket catering pada kantor-kantor yang ada di Kota Bandung sehingga dengan cara itu Kantin Papa Mama dapat berkembang atau membuka cabang baru dan lebih banyak dikenal orang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Endarwita. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat*. Jurnal Apresiasi Ekonomi, Volume 1. Nomor 3. Hal. 167-180. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yappas Pasaman Barat, Padang
- Ferninda, Manoppo. 2013. *Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado*. Jurnal EMBA 1341 Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 1341-1348, ISSN 2303-1174
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, Damodar. 2005. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gulo, W. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Media Utama
- Japariato, Erwin. 2007. *Analisa Kualitas Layanan sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya dengan Pemasaran Relasional sebagai Variabel Intervening*, 34-42.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat
- Permatasari, Feibe. 2013. *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Mawar Sharron Wanea Manado*. Jurnal EMBA, Vol.1, No.3, Halaman 639-647.
- Sudjana, Nana. dan Ibrahim. 2007. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.

- Sugiyono. 2014.*Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2007.*Strategi Pemasaran. Edisi ke dua*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2010.*Strategi Pemasaran, Edisi 2*.Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia
- Uma Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi Keempat*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Zainal Mustafa. 2009.*Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Zeithaml, Valarie and A. Parasuraman. 2004.*Service Quality, MSI Relevant Knowledge Series, Cambridge, Massachusetts: Marketing Science Institute*