

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, penulis dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

6.1.1 Hasil Perhitungan Statistik

1. Nilai koefisien korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan adalah sebesar $r = 0,739$. Nilai r tersebut menunjukkan bahwa hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan adalah kuat. Karena terdapat pada interval $0,6 - 0,8$ yang diinterpretasikan terdapat hubungan yang kuat.
2. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,546$. Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh sebesar $54,6\%$ terhadap Loyalitas Pelanggan pada Tizi Cake Shop & Restaurant di Bandung, sedangkan sisanya sebesar $45,4\%$ dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

6.1.2 Tanggapan Responden

Berdasarkan gambar Garis Kontinum Penilaian Mengenai Kualitas Pelayanan dan gambar Garis Kontinum Penilaian Mengenai Loyalitas Pelanggan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penilaian responden untuk Kualitas Pelayanan pada Tizi Cake Shop & Restaurant di Bandung yang terdiri atas 5 dimensi dengan jumlah pernyataan sebanyak 18 pernyataan dan jumlah responden sebanyak 100 responden diperoleh total skor sebesar 7440. Penilaian yang diberikan untuk Kualitas Pelayanan pada Tizi Cake Shop & Restaurant di Bandung masuk dalam kategori baik.
2. Penilaian responden untuk Loyalitas Pelanggan pada Tizi Cake Shop & Restaurant di Bandung yang terdiri atas 6 pernyataan dan jumlah responden sebanyak 100 responden diperoleh total skor sebesar 2484. Penilaian yang diberikan untuk Loyalitas Pelanggan masuk dalam kategori baik.

Berdasarkan tabel Rekapitulasi Nilai Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan Sesuai Urutan Peringkat, pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah:

1. Peralatan makan bersih dengan rata-rata skor 4,47 masuk dalam kategori sangat setuju.
2. Tizi Cake Shop & Restaurant memiliki ruang makan yang nyaman dengan rata-rata skor 4,45 masuk dalam kategori sangat setuju.
3. Tizi Cake Shop & Restaurant memiliki ruang makan yang menarik dengan rata-rata skor 4,39 masuk dalam kategori sangat setuju.

Berdasarkan tabel Rekapitulasi Nilai Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan Sesuai Urutan Peringkat, pernyataan dengan nilai rata-rata terendah adalah:

1. Tizi Cake Shop & Restaurant memiliki proses pembayaran yang cepat dengan rata-rata skor 3,90 masuk dalam kategori setuju.
2. Jam buka tepat waktu (11.00-23.30 WIB) dengan rata-rata skor 3,78 masuk dalam kategori setuju.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan mengenai penilaian responden terhadap Kualitas Pelayanan pada Tizi Cake Shop & Restaurant di Bandung dengan pernyataan dengan nilai rata-rata terendah, maka sarannya adalah sebagai berikut:

1. Pramusaji harus mengaplikasikan proses pembayaran sesuai dengan yang tertera pada proses dan standar prosedur pelayanan tamu. Terhadap tamu atau rombongan tertentu, tanyakan dengan sopan mengenai sistem pembayaran apakah dibayar masing-masing atau dijadikan satu *bill*. Pada saat penyerahan bill, pastikan dulu nomor meja dan jumlah pesanan sesuai dengan yang dipesan oleh tamu sebelum bill diberikan ke tamu. Kemudian menyebutkan jumlah pembayaran yang tertera di dalam struk. Lalu memeriksa jumlah uang yang diberikan dan yang dikembalikan ke tamu. Hal tersebut sudah tertera pada standar prosedur pelayanan. Apabila diaplikasikan sesuai prosedur tersebut, proses pembayaran dapat dilakukan dengan baik dan dapat mengurangi kesalahan.
2. Tizi buka mulai dari pukul 11.00 sampai 23.30 WIB. Apabila jam bukanya diubah menjadi lebih pagi lagi, kemungkinan calon konsumen yang sarapan pagi atau sekedar minum secangkir kopi akan lebih banyak. Tizi

dapat menambahkan paket sarapan dengan penawaran harga yang menarik guna menarik perhatian calon konsumen.

Daftar Pustaka

- Aaker, David. A . 1997. Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai dari Akbar M.M and Parvez. 2009. Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty, ABAC Journal, Vol. 29, No.1.Januari
- Alma, Buchari. 2008. Pengantar Bisnis, Edisi Revisi, Penerbit. ALFABETA: Bandung
- Amstrong, Gary. & Philip Kotler. 1996. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan ke-11. Penerbit PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Basu, Swastha. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Consumer Perception of Service Quality. Journal iof Marketing. Vol 04
Ellys Cornelia S, Nancy Veronica S, 2008, Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5 Asec Surabaya, Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol 4, No. 2 Empat.
- Ernani Hidayati. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Menejemen (Online), Vol.2, No.2.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2007. Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Erlangga.
- Hartono Jogiyanto. 2004, Metodologi Penelitian Bisnis, Edisi 2004-2005, BPFE, Yogyakarta.
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. (Vol. 11 No. 1 Maret 2009)
- Kasmir. 2005. Etika Customer Service. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2. Penerbit Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and K.L. Keller, 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Jilid I dan II. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2009, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (terjemahan Jaka Wasana). Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Milenium. Jakarta: PT.Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Lovelock, Cristopher H. dan Wright, Lauren K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Cetakan Pertama. Penerbit Unit Penerbit & Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Mouren, Margaretha. 2004. Studi mengenai loyalitas pelanggan pada divisi asuransi kumpulan AJP bumi Putra. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. iii, No. 3
- Oliver, Richard L. 1996. *Satisfaction, A Behavioral Perspective on the Customer*. New York: Mc Graw Hill.
- Oliver, Richard L. 1999. Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*. Volume 63 Special Issue.
- Parasuraman et al. 1998. *SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring*
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Payne, Adrian, 2007. *Pemasaran Jasa*. Terjemahan Fandi Tjiptono. Andi, Jakarta Pearson Education.
- Solomon, Michael R. 2012. *Consumer Behavior*. Ninth Edition. New Jersey: Suatu Merek. Terjemahan Aris Ananda. Jakarta : Spektrum
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. ANDI: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Yazid, 2003. Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi, Edisi Kedua. Sleman, Yogyakarta: EKONISIA.
- Zeithaml. Valarie, Bitner & Gremler. 2009 Services Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm. New York: McGraw Hill.
- Zikmun, Babin, 2011. Riset Pemasaran. Edisi Sepuluh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2017, Agustus 29) Jumlah Restoran Rumah Makan di Kota Bandung. Retrieved 27 Agustus 2018: <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/121/-jumlahrestoran-rumah-makan-di-kota-bandung--2016.html>