

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan penulis mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di *Two Hands Full*”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

6.1.1 Perhitungan Statistik

Berdasarkan hasil analisis yang telah disajikan pada Bab V, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Diperoleh nilai koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen sebesar 0.618. Dapat disimpulkan bahwa antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen terdapat hubungan yang kuat karena berada pada interval 0.600-0.799.
2. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *Two Hands Full* berpengaruh sebesar 38,2% terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 61,8% merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.
3. Pada uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7.790 yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} sebesar , sehingga H_0 ditolak atau dengan kata lain kualitas

pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen.

4. Pada uji f, diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel $60.691 > 3.09$ maka H_0 ditolak atau yang berarti terdapat hubungan secara signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen.

6.1.2 Tanggapan Responden

1. Berdasarkan tabel peringkat terdapat 2 pernyataan dengan peringkat tertinggi yang termasuk dalam kategori sangat setuju mengenai mengenai kualitas pelayanan *Two Hands Full* berdasarkan hasil rekapitulasi dari tanggapan responden, yaitu:
 - a. Pada peringkat tertinggi pertama adalah pernyataan “Cepat Merespon Panggilan Pegawai”, diperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,31 yang termasuk dalam kategori sangat setuju karena sistem kerja yang mengharuskan pegawai *Two Hands Full* untuk memperhatikan pelanggan
 - b. Pada peringkat tertinggi kedua adalah pernyataan “Pegawai *THF* Ramah”, diperoleh skor aktual tertinggi kedua sebesar 425 yang termasuk ke dalam kategori sangat setuju karena Pegawai *Two Hands Full* harus menyapa dan memperhatikan pelanggan dengan ramah.
2. Untuk 2 pernyataan dengan peringkat terendah mengenai kualitas pelayanan di *Two Hands Full*, yaitu:

- a. Pada peringkat terendah pertama, pernyataan “Pakaian Pelayan Yang Bersih” diperoleh skor aktual sebesar 385 yang termasuk ke dalam kategori setuju.
- b. Pada peringkat terendah kedua, pernyataan “Design Eksterior Café Yang Unik”, diperoleh skor aktual sebesar 395 yang termasuk ke dalam kategori setuju.

6.2 Saran

Dalam penelitian ini, penulis hendak memberikan saran kepada pemilik dan pengelola *Two Hands Full*. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pemilik dan pengelola *Two Hands Full* agar tetap dapat memberikan pelayanan yang baik. Berikut ini beberapa saran yang penulis dapatkan dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan di *Two Hands Full*:

1. Penulis Menyarankan kepada pemilik dan pengelola *Two Hands Full* agar dapat memperhatikan kebersihan pakaiannya atau dapat menyiasati dengan menggunakan apron sehingga dapat terlihat rapih dan bersih. Pemilik juga dapat memberikan seragam yang berwarna gelap sehingga tidak terlihat kotor karena hal tersebut cukup diperhatikan oleh konsumen di *Two Hands Full*. Kerapihan tersebut dapat meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen dapat lebih senang untuk berkunjung ke *Two Hands Full*. Hal ini berkaitan dengan hasil tanggapan responden terendah kedua terhadap pernyataan

“Pakaian Pelayan Yang Bersih” pada tabel rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan pada halaman 60.

2. Penulis menyarankan kepada pemilik dan pengelola *Two Hands Full* agar memperbaiki atau merapihkan design eksterior *Two Hands Full* agar lebih menarik karena orang-orang jika ingin mengunjungi suatu tempat pasti mereka akan melihat design eksteriornya dulu sehingga hal ini dapat lebih menarik orang-orang untuk berkunjung. Hal ini juga berkaitan dengan hasil tanggapan responden terendah pertama terhadap pernyataan “Design Eksterior Café Yang Unik” pada tabel rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan pada halaman 60.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Band, William, A, 1991, *Creating Value for Customers*, John Wiley and Sons Inc.
- Bilson Simamora, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Surabaya: Pustaka Utama.
- Foster, Brian D and John Q, Cadogan, 2000, "Relationship Selling and Customer Loyalty : An Empirical Investigation", *Marketing Investigation and Planning*, 18/4
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga
- Griffin, Jill. 2007. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Jamieson S. 2004. Likert scales: How to (ab)use them. *Medical education*, 38(12): 1217-1218
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1997, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1997, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari *Principles of Marketing 9e*). Jakarta : Penerbit PT Prenhalindo
- Lovelock, C., and Wright., L. 2002. *Principles of service marketing and management*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Mowen, J.C. dan M. Minor (1998) *Consumer Behavior*, 5th Ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., dan Berry L., 1988. *SERVQUAL: A Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*.
- Santoso, Singgih. 2012. *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Taylor, Steven. A., Celuch, Kevin, dan Goodwin Stephen, 2004, *The Important of Brand Equity to Customer Loyalty*, *Journal of Product and Brand Management*, Volume 13, Nomor 4, hal. 217-227
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia.
- Uma Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat

Wilson, Aubrey. 1982. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Pustaka Binuman Prssindo.

Zikmund, William G, Raymond Mcleod Jr, and Faye W. Gilbet. 2003. *Customer Relationship Management Intergrating Marketing Strategy and Information Technology*. USA:John Wiley & Sons Inc.

Zeithaml, VA. 1998. Consumer Perception of Price, Quality and Service, A Means Model and Syntesis of Exidence. *Journal of Marketing*. Vol 52. July. P. 2-22.

Zeithaml L, Valerie A; A Parasuraman; Leonardo L. Berry, (1988), "Servqual a Multiple – Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", *Journal and Retailing*, Vol. 64, Spring, p. 12 – 40.

.