

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

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

1. Nilai t_{hitung} sebesar 10,130 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai t_{tabel} dengan $df_1 = 1$ dan $df_2 = 98$ dan derajat signifikansi 5% adalah sebesar 1,984. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $Sig. < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas.
2. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,511. Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh sebesar 51,1% terhadap Loyalitas Pelanggan pada Morgy Coffee by Contrast di Bandung, sedangkan sisanya sebesar 48,9% dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti seperti misalnya kualitas produk.
3. Nilai koefisien korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan adalah sebesar $r = 0,715$. Nilai r tersebut menunjukkan bahwa hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan adalah kuat. Karena terdapat pada interval 0,60 – 0,799 yang diinterpretasikan terdapat hubungan yang kuat.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan mengenai penilaian responden terhadap Kualitas Pelayanan pada Morgy Coffee by Contrast di Bandung dengan pernyataan dengan skor aktual dan % terhadap skor maksimal terendah, maka sarannya adalah sebagai berikut:

1. Barista harus memastikan pesanan tersedia dan menawarkan bantuan lainnya kepada setiap pelanggan yang datang ke Morgy Coffee by Contrast. Seperti misalnya ketika mengantarkan pesanan, lalu barista bertanya kepada pelanggan “permisi, apakah semua pesanan sudah tersedia? Ada lagi yang bisa di bantu?”.
2. Morgy Coffee by Contrast hendaknya dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah baik.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti 48,9% yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti misalnya kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Cornelia, E., & Veronica, N. (2008). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5ASEC Surabaya. *Manajemen Perhotelan vol 4, no.2*, 45-57.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiyati, E. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Indonesia. *Manajemen Pemasaran Modern Vol.2, No.2*, 81-90.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nuryaman, & Christina, V. (2015). *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Priyanto, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rusdarti. (2004). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang. *Bisnis Strategi*, 45-65.
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: Elekmedia Computindo.

Website :

Bandung Kota. (2014, Februari 10). Diambil kembali dari bandungkota.bps.go.id:
<https://bandungkota.bps.go.id/>

Berita Nasional. (2016, Februari 20). Diambil kembali dari Bernas.go.id:
<https://bernas.go.id/>

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung. (2010, Februari 26). Diambil kembali dari Disbudpar: <https://www.disbudpar.bandung.go.id/>

Kementrian Pariwisata. (2010, Februari 26). Diambil kembali dari Kemenpar:
<https://www.kemenpar.go.id/>

Suara Muslim. (2017, Februari 28). Diambil kembali dari Suaramuslim.net:
<https://suaramuslim.net/>

UU no 10 tahun 2009. (2009, Februari 29). Diambil kembali dari Kepariwisataa