

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Peneliti melakukan penelitian mengenai ada atau tidaknya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Peneliti melakukan penelitian tersebut terhadap D'Cost Seafood Restaurant. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menggunakan metode analisis regresi sederhana yang dimana sebelumnya dilakukan pengujian hipotesa peneliti melakukan uji pendahuluan yang menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti secara non probability yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiono, 1999 ; 77). Dan menggunakan purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2002 ; 73).

Sampel yang diambil peneliti adalah mahasiswa jurusan manajemen Universitas Maranatha yang sudah pernah mengunjungi D'Cost Seafood Restaurant. Penelitian menggunakan metode survei dengan cara memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner yang disebarakan sebanyak 100 kuesioner.

Dari hasil kuesioner yang dikumpulkan dan diolah dalam SPSS 16, peneliti mendapatkan hasil dari uji validitas dan reliabilitas yang hasilnya adalah valid dan reliabel untuk semua indikator pernyataan kecuali indikator pernyataan L4 (indikator loyalitas pelanggan). Dan dari uji hipotesis dengan metode regresi linier sederhana

SIMPULAN DAN SARAN

didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di D'Cost Seafood Restaurant yang signifikan yaitu sebesar 0,000.

Dari pengujian hipotesis tersebut juga didapat persamaan dari model tersebut yaitu

$$Y = 1,511 + 0,892X$$

Hasil *Adjusted R square* sebesar 0.635 yang artinya menunjukkan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada D'Cost Seafood Restaurant sebesar 63,5% (0,635 x 100%), sedangkan sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Saran

Saran dari peneliti bagi pembaca sebaiknya dalam melakukan penelitian lebih lanjut agar dapat melakukan penelitian terhadap product, price, place, promotion yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga lebih mengetahui unsur-unsur yang diperlukan hal pemasaran agar lebih dapat meningkatkan pengetahuan yang lebih baik lagi dalam pengelolaan jasa.

Diharapkan juga bagi perusahaan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan perusahaan di masa yang akan datang khususnya dalam mengembangkan strategi selanjutnya dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan lebih lagi sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan.