

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *non probability sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 120 mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang masih aktif sampai saat ini dan pernah makan di KFC Padjajaran Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles, empathy, reliability, responsiveness, assurance*, dan loyalitas pelanggan di KFC Padjajaran Bandung.

Dari pengujian validitas, KMO yang diperoleh adalah sebesar 0,820 sehingga data dinyatakan valid karena telah memenuhi syarat $KMO \geq 0,50$ sehingga dapat disimpulkan sampel memenuhi kecukupan untuk diuji lebih lanjut. Data yang dinyatakan valid adalah variabel yang telah valid, yaitu T1,T2,T3,R4,R5,R6,E7,E8,R12,A13,A14,A15,L2,L3,L4,L5. Sisanya E9,R10,R11,L1 dinyatakan tidak valid karena tidak terkelompok ke dalam satu factor yang sama.

Dari pengujian reliabilitas, data yang telah valid ternyata semuanya reliabel. Adapun data yang telah valid dan reliabel adalah T1,T2,T3,R4,R5,R6,E7,E8,E9,R10,R11,R12,A13,A14,A15,L2,L3,L4,L5.

Terakhir peneliti melakukan pengujian analisis regresi linear sederhana, sehingga berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di KFC Padjajaran Bandung.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan kepada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang didapat, maka implikasi manajerial dari penelitian ini bagi KFC Padjajaran Bandung dapat dijadikan sumbangan pemikiran dalam program pengembangan hubungan dengan konsumen agar meningkatkan kualitas hubungan dengan konsumen. Dari sisi Tangible, penulis menyarankan KFC Padjajaran Bandung untuk menambah dan memperbaiki sarana di KFC supaya konsumen lebih merasa nyaman berada disana. Dari sisi Reliability, penulis menyarankan supaya karyawan KFC dapat lebih cepat dan tanggap dalam melayani konsumen serta pemberian informasi kepada konsumen lebih diperjelas. Untuk sisi Responsiveness, disarankan supaya karyawan diberikan pelatihan yang baik agar dapat dengan lancar dalam melayani konsumen. Dari sisi Assurance, penulis menyarankan supaya para karyawan mempertahankan dan menambah keramahan dalam melayani konsumen. Dan yang terakhir dari sisi Empathy, KFC Padjajaran Bandung dapat mengembangkan staff nya supaya dapat meningkatkan kualitas dari pelayanannya.

Penulis juga menyarankan untuk pengembangan penelitian selanjutnya agar menambah variabel-variabel, seperti contohnya pengambilan keputusan pelanggan dan kepuasan konsumen yang mungkin dapat terdapat pengaruh pada beberapa variabel di dalam penelitian yang telah diuji sebelumnya.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian, yaitu keterbatasan kecukupan sampel yang hanya 120 sampel. Seharusnya peneliti menggunakan sampel yang lebih banyak kepada seluruh mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang masih aktif.