

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menganalisis mengenai ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, peneliti menggunakan metode survei dengan analisis regresi sederhana. Dimana sebelum pengujian hipotesa peneliti melakukan beberapa uji pendahuluan yang terdiri uji reliabilitas dan uji validitas.

Penelitian ini menggunakan sampel secara *non probability sampling* yang artinya adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 1999: 77) dan secara *purposive sampling* yang artinya adalah bagian dari metode non probability sampling yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 1999: 78).

Dimana sampel yang diambil oleh peneliti terdiri dari masyarakat di sekitar lingkungan universitas Kristen Maranatha yang pernah menggunakan jasa TEA GULA RESTO di jalan Surya Sumantri No. 32 Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara memberikan kuesioner. Responden yang dikumpulkan yaitu sebanyak 150 responden tetapi yang dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis yaitu sebanyak 128 responden. Jadi simpulan dari pengujian hipotesis yang diuji dengan menggunakan metode regresi sederhana adalah bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

yang signifikan. Hasil *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 35,1%.

5.2 Saran

Bagi pembaca, sebaiknya melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *product, price, place, promotion* terhadap loyalitas pelanggan karena dengan mengetahui lebih dalam unsur-unsur tersebut merupakan hal yang cukup penting dalam hal pemasaran supaya dapat meningkatkan pengetahuan yang lebih dalam masalah pengelolaan jasa.

Sedangkan bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan perusahaan di masa mendatang khususnya dalam mengembangkan strategi perusahaan selanjutnya dalam memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.