

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Konsumen merupakan faktor terpenting yang dapat mempengaruhi kelangsungan perusahaan. Dari data yang diperoleh dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang datang ke Toserba Griya adalah wanita (68,65%). Sebagian besar konsumen berusia antara 18 – 20 tahun sebanyak 12,98%, berumur 21 – 23 sebanyak 74,06%, berumur 24 – 25 sebanyak 8,64%, dan berumur >25 tahun sebanyak 4,32%.
2. Dari penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan di Toserba Griya. Hal ini dapat terlihat dari hasil perhitungan signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut menunjukkan nilai kurang dari 0,05 maka sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis menyatakan H_0 ditolak.
3. Dari penelitian ini, ditemukan terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Toserba Griya. Besarnya pengaruh yang didapat adalah 41,7%. Artinya, besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas sebesar 58,3% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, saran – saran yang dapat diberikan antara lain :

1. Meskipun secara keseluruhan kualitas pelayanan di Toserba Griya dapat dikatakan baik, namun ada beberapa unsur kualitas pelayanan yang dirasa masih kurang dan akan lebih baik lagi apabila dalam pelaksanaannya bisa ditingkatkan seperti kepedulian karyawan terhadap pelanggan, karyawan dapat menangani keluhan pelanggan, kemampuan karyawan melayani dengan baik, karyawan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik, karyawan dapat memahami keinginan konsumen, dan tanggap akan kebutuhan pelanggan.
2. Sebaiknya Toserba Griya secara berkala memantau konsumen dengan ara survei, misalnya dengan menyebarkan kuesioner – kuesioner atau wawancara langsung yang berkaitan dengan kepuasan yang dirasakannya, dengan itu Toserba Griya mengetahui kelebihan dan kekurangannya.
3. Toserba Griya haruslah selalu mengakomodir masukan – masukan dari konsumen kemudian diolah dan segera merealisasikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dengan kreatif dan inovatif sehingga konsumen akan selalu kembali ke Toserba Griya.