

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menganalisis mengenai ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di J.CO Donuts & Coffee BIP Bandung. Peneliti menggunakan metode survei dengan analisis regresi sederhana, dimana sebelum melakukan pengujian hipotesis, peneliti melakukan uji penelitian terlebih dahulu yang terdiri dari uji reliabilitas dan uji validitas.

Peneliti melakukan pengambilan sampel secara *non probability sampling* yang berarti bahwa teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 1999:77) dan secara *Purposive Sampling* yang artinya bagian dari metode *non probability sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 1999:78).

Peneliti menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan 150 kuesioner. Dalam penyebarannya, 150 data responden yang terkumpul dinyatakan layak untuk diteliti. Sampel yang diambil adalah Masyarakat disekitar lingkungan Universitas Kristen Maranatha Bandung yang pernah makan dan minum di J.CO Donuts & Coffee BIP Bandung.

Jadi kesimpulan dari pengujian hipotesis yang diuji dengan menggunakan metode regresi adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang signifikan di J.CO Donuts & Coffee BIP Bandung.

Hasil *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah 18%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka penulis menyarankan kepada J.CO Donuts & Coffee BIP Bandung untuk tetap mempertahankan *Tangible* (bukti langsung), *Reliability* (keandalan), dan *Empathy* (empati) karena ketiga dimensi memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan di J.CO Donuts & Coffee BIP Bandung, dan disamping itu diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan J.CO Donuts & Coffee BIP Bandung dimasa mendatang untuk mengembangkan strategi kualitas pelayanan dalam usaha meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga menghasilkan jumlah pelanggan yang lebih besar lagi tentunya.