

## BAB V

### SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

#### 5.1. Simpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan dari bab sebelumnya, maka diperoleh simpulan sebagai berikut ini.

1. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas konsumen sebesar 30%, sedangkan sisanya 70%, dipengaruhi oleh faktor lain diluar faktor loyalitas konsumen. Dimensi yang paling berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas konsumen adalah variabel *reliability*, sedangkan dimensi lain dianggap tidak berpengaruh signifikan dengan nilai alpha 5%. Ini artinya bahwa untuk meningkatkan loyalitas konsumen, dimensi *reliability*, perlu menjadi fokus utama untuk ditingkatkan, dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 57,45%, sedangkan sisanya 42,55% dipengaruhi oleh faktor lain, diluar faktor kualitas pelayanan. Dimensi yang berpengaruh paling signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen diantaranya adalah dimensi *assurance* dengan nilai pengaruh tertinggi, dimensi *emphaty*, dengan nilai pengaruh terbesar kedua setelah *assurance*, dan dimensi *tangibles*, dengan nilai pengaruh terbesar ke tiga setelah *emphaty* , sedangkan

dimensi lainnya dianggap tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka pihak warung makan angkringan kobo, perlu berkonsentrasi terhadap peningkatan kualitas pelayanan pada dimensi *assurance, empathy, dan tangibles*, karena dianggap memiliki pengaruh terbesar jika dibandingkan dengan dimensi lain.

3. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas konsumen sebesar 24%, sedangkan sisanya 76%, dipengaruhi oleh faktor lain, selain faktor kepuasan konsumen. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa faktor – faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen perlu ditingkatkan, karena berdasarkan data, diketahui bahwa kepuasan konsumen dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap warung makan angkringan kobo Bandung.

4. Berdasarkan penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, melalui variabel kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, melalui variabel kepuasan konsumen yaitu sebesar; 0,555 (0,55,5%) berdasarkan  $(\beta_1 + \beta_2) : 2 = 55,5\%$ , sedangkan sisanya 44,5%, dipengaruhi faktor lain, diluar faktor kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Dengan mediasi melalui kepuasan konsumen, dapat meningkatkan nilai loyalitas konsumen sebesar 12,5%, jika dibandingkan dengan nilai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, tanpa melalui mediasi kepuasan konsumen.

## **5.2. Saran Untuk Warung Makan Angkringan Koboï Bandung**

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang perlu diperhatikan oleh hampir setiap para pelaku usaha yang ada, khususnya bagi pelaku usaha yang bergerak dalam bidang jasa. Namun konteks itu telah berubah, seiring dengan perubahan pola pikir dan gaya hidup masyarakat pada umumnya. Tak hanya bagi pelaku usaha jasa, kini para konsumen beranggapan bahwa pelaku usaha yang bergerak dibidang penjualan produkpun, khususnya makanan, perlu memberikan kualitas pelayanan, sebagai nilai lebih yang didapatkan konsumen ketika melakukan transaksinya. Namun peningkatan kualitas, pasti menimbulkan dampak bagi pelaku usaha, yaitu peningkatan *cost* untuk pelatihan dan nilai penghargaan yang dikeluarkan untuk peningkatan kualitas pelayanan para pekerjanya. Oleh karena itu identifikasi mengenai faktor kualitas pelayanan yang benar – benar berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen, perlu diketahui. Agar kualitas pelayanan yang ditingkatkan sesuai dengan karakter konsumennya. Berdasarkan hasil penelitian, saran bagi warung makan angkringan koboï dalam usahanya agar peningkatan kualitas pelayanan lebih efektif yaitu dengan lebih memikirkan fasilitas tempat makan seperti kamar mandi, tempat cuci tangan dan menambah kursi dan alas untuk makan.

Dari penelitian ini didapatkan hasil, bahwa dimensi yang benar – benar berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen dan peningkatan loyalitas konsumen adalah dimensi *tangibles*, *reliability*, *emphaty* dan *assurance*, sedangkan variabel *responsiveness* tidak berpengaruh secara

signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa:

1. Untuk nilai *tangibles*, diketahui bahwa nilai mean sebesar 2,99, yang artinya bahwa tingkat kualitas layanan berdasarkan *tangibles*, cukup baik ( sedang/ biasa saja ). Perlu peningkatan kualitas layanan berdasarkan dimensi *tangibles*, karena berdasarkan nilai mean dimensi *tangibles*, berada pada kisaran yang cukup. *Tangibles*, memberikan peningkatan kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Faktor – faktor yang perlu ditingkatkan dalam dimensi *tangibles*, adalah yang paling utama adalah peningkatan dari segi penampilan peralatan yang digunakan. Tanpa meninggalkan esensi dari tema warung makan angkringan, pada warung makan angkringan koboi, sebaiknya peralatan yang digunakan tidak hanya unik, tapi mencerminkan ke higienisan yang sangat baik, contohnya dalam peralatan makannya ditempatkan pada tempat yang tidak terkena debu, karena angkringan koboi terletak di pinggir jalan yang rentan akan polusi dan debu ataupun asap kendaraan. Meskipun peralatan mengutamakan penampilan yang sederhana dan terkesan tempo dulu dengan peralatan makannya, akan tetapi peningkatan dalam hal higienis dan kesan bersih perlu lebih ditingkatkan. Dalam segi pakaian para karyawan, merupakan faktor kualitas pelayanan yang masih terbilang mudah untuk ditingkatkan, sebaiknya para karyawan lebih berpenampilan rapih lagi agar konsumen lebih merasa senang dilayani oleh karyawan. Berkaitan dengan fasilitas yang lengkap dan visualisasi yang menarik dalam angkringan koboi, perbaikan ini memang memerlukan perencanaan keuangan yang sangat matang, karena

memerlukan biaya yang tinggi. Dalam jangka pendek, hal ini masih belum mungkin dilakukan oleh pihak warung makan angkringan koboi, karena konsep angkringan koboi masih mengusung konsep warung makan lesehan di trotoar jalan atau depan halaman rumah. Akan tetapi, dalam perencanaan jangka panjang, hal ini perlu dipertimbangkan dalam perencanaan fasilitas yang lengkap dan memadai bagi konsumen, misalnya tempat cuci tangan, kamar mandi yang saat ini memang belum ada di tempat tersebut, dan juga visualisasi tempat makan angkringan koboi yang di desain menarik, karena dimensi *tangibles* dianggap mampu meningkatkan kepuasan konsumen dan berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen.

2. Untuk nilai *reliability*, diketahui bahwa nilai mean sebesar 3,15, yang artinya bahwa tingkat kualitas pelayanan berdasarkan *reliability* cukup baik ( sedang/ biasa saja ). Perlu peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *reliability*, karena berdasarkan nilai mean dimensi *reliability*, berada pada kisaran yang cukup. *reliability*, memberikan peningkatan loyalitas konsumen, namun dianggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun hal ini tetap perlu ditingkatkan karena dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Faktor – faktor yang perlu ditingkatkan dalam dimensi *reliability* yang paling utama adalah pelayanan pesan antar ( *delivery* ). Warung akringan koboi Bandung memang belum memiliki pelayanan pesan antar, namun untuk pengembangan pasar dimasa depan, hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi warung makan angkringan koboi Bandung, dikarenakan letak warung makan yang dekat dengan pasar potensial mahasiswa yang kos di daerah sekitar.

Peningkatan dari segi informasi mengenai makanan baru juga perlu ditingkatkan, misalnya spanduk yg lebih banyak di sekitar angkringan. Indikator nilai ini menunjukkan nilai kurang baik, itu artinya bahwa inovasi produk makan baru tidak dikembangkan, maka sebaiknya, dalam kurun waktu tertentu, pihak angkringan sebaiknya menambah varian produk makanan, atau mengganti produk makanan yang kurang diminati, agar konsumen tidak terlalu jenuh dengan produk yang monoton. Dalam hal pelayanan karyawan dalam melayani dan kecepatan dalam melayani, menunjukkan indikator yang tinggi, sehingga perlu dipertahankan, bahkan ditingkatkan oleh pihak warung makan angkringan koboï Bandung.

3. Untuk nilai *emphaty*, diketahui bahwa nilai mean sebesar 3,38, yang artinya bahwa tingkat kualitas pelayanan berdasarkan *emphaty*, cukup baik ( sedang/ mendekati tinggi ). Perlu sedikit evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *emphaty*, karena berdasarkan penelitian, *emphaty* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, namun melalui peningkatan kepuasan konsumen terlebih dahulu, yang kemudian akan memunculkan loyalitas konsumen. Evaluasi dan peningkatan terhadap kualitas pelayanan *emphaty*, perlu dilakukan hanya dalam hal perhatian secara individu karyawan angkringan koboï terhadap para konsumennya perlu lebih ditingkatkan misalnya lebih ramah dalam melayani dan juga mengantar makanan, dan prioritas terhadap para konsumen perlu lebih ditingkatkan lagi, agar kepuasan konsumen meningkat. Sedangkan untuk hal – hal mengenai jam operasional, ketulusan karyawan, dana kemampuan komunikasi karyawan, sudah dinilai

cukup baik, perlu dipertahankan, dan jika memungkinkan dilakukan peningkatan, agar kepuasan konsumen terus meningkat, karena nilai kepuasan tidak memiliki batasan

4. Untuk nilai *assurance*, diketahui bahwa nilai mean sebesar 3,34, yang artinya bahwa tingkat kualitas layanan berdasarkan *emphaty*, cukup baik ( sedang/ mendekati tinggi ). Perlu sedikit evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *assurance*, karena berdasarkan penelitian, *assurance* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, namun melalui peningkatan kepuasan konsumen terlebih dahulu, yang kemudian akan memunculkan loyalitas konsumen. evaluasi dan peningkatan terhadap kualitas pelayanan *assurance*, perlu dilakukan dalam dua hal, yaitu: peningkatan kepercayaan konsumen bahwa karyawan angkringan koboi merupakan pribadi yang jujur. Untuk peningkatan indikator ini, memang tidak mudah, butuh waktu dan pengulangan perilaku yang baik secara terus menerus. Oleh karena itu, dalam hal ini, pihak angkringan koboi Bandung perlu menanamkan integritas dan filosofi kejujuran sebagai prinsip yang harus dipegang oleh para karyawan. Nilai ini perlu ditanamkan secara terus menerus kepada para karyawan sehingga penanaman persepsi positif yang dilakukan, dapat menampilkan perilaku yang dapat dipercaya oleh konsumen. Sedangkan hal yang kedua adalah, perlu sedikit ditingkatkan dalam hal keamanan produk makanan, dengan cara membuat konsumen percaya yakni dengan memperkerjakan *security* untuk mengatur sekaligus menjaga kendaraan yang parkir di daerah angkringan tersebut, hal ini bisa menjadi pemikiran konsumen bahwa produk

makanan yang ditawarkan warung makan angkringan koboi Bandung, selain murah juga aman dan higienis.

### **5.3. Keterbatasan dan Saran Bagi Penelitian Mendatang**

1. Penelitian ini hanya terbatas pada lingkungan warung makan angkringan koboi Bandung, sehingga hasil dari penelitian ini belum dapat di generalisasikan. Peneliti menyarankan, agar penelitian ini dapat di generalisasikan maka untuk penelitian selanjutnya yang mengambil topik yang sama, meneliti pada warung makanan angkringan lain yang ada di Bandung, sebagai bahan pembandingan.
2. Penelitian bersifat *cross section* yang menangkap persepsi/ pendapat hanya pada satu waktu saja, sehingga penelitian ini tidak dapat mengungkap trend dari variabel yang diukur dari tahun ke tahun.
3. Keterbatasan penelitian dari segi waktu, biaya, dan tenaga sehingga penelitian hanya dilakukan di warung makan angkringan koboi Bandung.
4. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam menterjemahkan bentuk kuesioner. Peneliti menyarankan, untuk penelitian selanjutnya penjelelasan bentuk kuisisioner yang diadaptasi dari bahasa lain disajikan dengan kalimat dan bahasa yang mudah dimengerti oleh responden, dan sederhana.