

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian guna mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan niat beli ulang konsumen di Restoran Sunda Wibisana 168, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk dimensi *Assurance* dan *Empathy*, dikarenakan dimensi *Assurance* dan *Empathy* pada saat pengujian reliability menggunakan SPSS 11,50, nilai *Cronbach alpha* $\leq 0,6$ maka untuk pengujian hipotesis tidak dapat dilakukan lebih lanjut dikarenakan pengujian hipotesis dapat dicapai apabila suatu dimensi harus *valid* dan *reliable*.
2. Untuk dimensi *Tangibles*, nilai signifikan *alpha* sebesar 0,732 sehingga H_0 diterima H_1 ditolak yang artinya tidak ada pengaruh dimensi *Tangibles* dengan niat beli ulang konsumen, hal ini membuktikan bahwa konsumen berpendapat dimensi *Tangibles* tidak berpengaruh dengan niat beli ulang konsumen di Restoran Sunda Wibisana 168, Bandung.
3. Untuk dimensi *Reliability*, nilai signifikan *alpha* sebesar 0,322 sehingga H_0 diterima H_1 ditolak yang artinya tidak ada pengaruh dimensi *Reliability* dengan niat beli ulang konsumen, hal ini membuktikan bahwa konsumen berpendapat dimensi *Reliability* tidak

berpengaruh dengan niat beli ulang konsumen di Restoran Sunda Wibisana 168, Bandung.

4. Untuk dimensi *Responsiveness*, nilai signifikan *alpha* sebesar 0,994 sehingga H_0 diterima H_1 ditolak yang artinya tidak ada pengaruh dimensi *Responsiveness* dengan niat beli ulang konsumen, hal ini membuktikan bahwa konsumen berpendapat dimensi *Responsiveness* tidak berpengaruh dengan niat beli ulang konsumen di Restoran Sunda Wibisana 168, Bandung.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bila dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan Restoran Sunda Wibisana 168 kurangnya optimal, hal ini terlihat dari perilaku konsumen yang tidak lagi melakukan pembelian ulang dan tidak sedikit konsumen yang beralih ke restoran-restoran pesaing di sepanjang Jalan Pasteur, Bandung.
2. Untuk dimensi *Tangibles* tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, hal ini dikarenakan meja dan kursi yang kurang memadai serta wastafel dan toilet yang kurang bersih. Sebaiknya pengelola restoran memperluas restoran sehingga meja dan kursi dapat ditambah serta menjaga kebersihan wastafel dan toilet agar konsumen merasa nyaman.

3. Untuk dimensi *Reliability* tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, hal ini dikarenakan karyawan kurang dapat melayani konsumen dengan baik dan harga menu makanan dan minuman yang relatif mahal. Sebaiknya manajemen lebih memperhatikan karyawan-karyawannya dalam melayani konsumen agar konsumen tidak kecewa dan harga dari setiap menu sebaiknya dapat terjangkau oleh semua kalangan.

4. Sedangkan dimensi *Responsiveness* juga tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, hal ini dikarenakan pelayan kurang cepat merespon permintaan dari konsumen dan manajemen tidak mau menerina saran dan kritik dari konsumen. Sebaiknya manajemen memperbaiki kinerja yang kurang baik dengan cara mau menerina saran dan kritik dari konsumen untuk masa depan Restoran Sunda Wibisana 168.