

Bab V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai “ ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN : Studi pada Giggie Box Cafe & Resto setiabudhi Bandung” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karena hal ini berhubungan dengan jasa, kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning* dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa (Tjiptono & G. Chandra, 2005 : 109). Sukses dari penyedia layanan tergantung pada Hubungan yang sangat baik dengan pelanggan (Panda, 2003) yang menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Jones, 2002 dalam Lympelopoulus et al., 2006). sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor timbulnya loyalitas konsumen terhadap jasa tersebut. Praktek yang baik dari *service Quality* telah terbukti bahwa kepuasan Pelanggan secara signifikan akan menyebabkan loyalitas pelanggan (Caruana et al , 2000.; caruana, 2002). Loyalitas diartikan Sebagai kesetiaan yang sebenarnya dibandingkan dengan perilaku pembelian berulang, yang merupakan pembelian berulang dari sebuah merek, terlepas dari komitmen pelanggan terhadap suatu merek tersebut. (Zeithaml et al , 1996).
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif dan pengolahan hasil dari kuesioner yang diperoleh dari responden akan diolah dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu program SPSS 16.0. dengan Uji

instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas kemudian uji regresi sederhana. Dari data yang telah diuji sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh *service quality* terhadap loyalitas sebesar 19.4% sedangkan sisanya 80.6% dipengaruhi oleh faktor lain seperti makanan, minuman, harga yang terjangkau, lokasi dan suasana tempat yang nyaman, atau dari hal-hal pendukung seperti *live music* dan *hotspot*.

5.2 Saran

• Implikasi Manajerial

Diharapkan perusahaan dapat menjaga kualitas pelayanannya, karena kualitas pelayanan dilihat cukup berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Diharapkan juga perusahaan dapat mempromosikan dirinya sebagai café & resto yang memiliki kualitas pelayanan yang baik.

• Penelitian Selanjutnya

- 1) Bagi penelitian mendatang, hendaknya sampel dan objek penelitian dapat diperluas, yaitu sampel tidak hanya dari 150 orang dan objek yang diteliti tidak terbatas hanya Giggle Box Café & resto Setiabudhi saja, sehingga hasil yang diperoleh berdasarkan cakupan secara luas.
- 2) Bagi penelitian mendatang, hendaknya meneliti variabel lain selain *service quality*, agar dapat mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada Giggle box Café & resto setiabudhi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan seperti:

- Keterbatasan dalam mengambil jumlah sampel yang hanya diambil dari mahasiswa Universitas Kristen Maranatha saja.
- Keterbatasan memperoleh data dengan menggunakan kuesioner, yaitu adanya kemungkinan bahwa dalam melakukan pengisian kuesioner dilakukan secara sembarangan.