

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji, menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh kualitas jasa yang diberikan terhadap kesetiaan pelanggan di Kantin Remaja Bandung. Penelitian ini menggunakan sampel para pelanggan yang pernah mengunjungi dan makan di Kantin Remaja Bandung. Peneliti memilih lokasi penyebaran kuesioner secara acak, tetapi sebagian besar responden merupakan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan 100 kuesioner kepada 100 orang pelanggan Kantin Remaja Bandung. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kesetiaan pelanggan sebagai variabel dependen (Y). Dalam variabel kualitas juga terdiri dari 5 dimensi atau subvariabel yaitu *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *emphaty*

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji keakuratan dan konsistensi instrumen dalam penelitian ini adalah uji pendahuluan (validitas dan reliabilitas). Metode analisis yang digunakan adalah dengan teknik regresi berganda. Setelah melakukan pengujian dan analisis data maka didapat hasil signifikansi untuk variabel *tangible* sebesar 0.023, untuk

variabel *reliability* sebesar 0.754, untuk variabel *responsive* sebesar 0.79, untuk variabel *assurance* sebesar 0.192, dan untuk variabel *emphaty* sebesar 0.001. Dari hasil kelima variabel dapat diketahui pengaruh variabel *emphaty* dan *tangible* memiliki pengaruh yang kuat karena memiliki nilai signifikansi kurang dari 0.05, sedangkan ketiga variabel lain yaitu *reliability*, *assurance* dan *responsive* memiliki pengaruh yang tidak terlalu kuat terhadap loyalitas pelanggan Kantin Remaja Bandung karena nilai signifikansi lebih dari 0.05.

Hasil *adjusted R square* untuk kualitas pelayanan terhadap kesetiaan pelanggan sebesar 40.6%, dari hasil tersebut maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kesetiaan pelanggan di Kantin remaja Bandung sebesar 40.6 % dan sisanya 59.4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulan akhir dari penelitian ini adalah kualitas jasa mempengaruhi kesetiaan pelanggan khususnya untuk variabel *emphaty dan tangible* memiliki pengaruh yang lebih signifikan.

## **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian maka penelitian ini dapat memberikan implikasi kepada Kantin Remaja Bandung untuk lebih meningkatkan kesetiaan pelanggannya khususnya dengan lebih memperhatikan dan mengoptimalkan dimensi *reliability*, *responsive* dan *assurance*.

### 5.3 Keterbatasan penelitian

Karena keterbatasan waktu, biaya dan tempat maka penelitian ini hanya menggunakan sampel sebesar 100 responden yang pernah mengunjungi dan makan di Kantin Remaja Bandung dan hanya mengukur responden dengan karakteristik usia, jenis kelamin, pendidikan dan kunjungan. Jika dikemudian hari akan dilakukan penelitian serupa maka mungkin akan menemukan hasil penelitian yang berbeda jika sampel lebih dari 100 orang dan menambahkan karakteristik responden berdasarkan penghasilannya, frekuensi kunjungan dan waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke lokasi Kantin Remaja.

### 5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka penulis menyarankan beberapa saran untuk Kantin Remaja Bandung, diantaranya:

1. Untuk mempertahankan dimensi *emphaty* dan *tangible* yang berdasarkan hasil penelitian ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap kesetiaan pelanggan. Kantin Remaja Bandung bisa lebih mengoptimalkan dimensi *emphaty* dengan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mengutamakan kepentingan pelanggan dan mengenal kebutuhan spesifik pelanggan.
2. Untuk mempertahankan dimensi *tangible*, Kantin Remaja Bandung bisa lebih memperbaiki tampilan fisik Kantin Remaja secara keseluruhan agar lebih menarik, menambah peralatan-

peralatan dengan peralatan yang lebih modern agar kualitas pelayanan yang diberikan semakin meningkat, Kantin Remaja Bandung juga disarankan untuk memberikan seragam kepada para karyawannya agar tampil lebih rapih dan memberikan kesan kompak, meletakkan atribut-atribut promosi atau menu-menu makanan dan minuman yang menjadi ciri khas Kantin Remaja di dinding atau di tempat yang mudah terlihat oleh konsumen.

3. Untuk meningkatkan dimensi *reliability* maka para karyawan Kantin Remaja Bandung disarankan untuk lebih sigap dan langsung melayani konsumen yang baru datang sehingga dapat mempercepat pelayanan yang diberikan, selain itu para karyawan juga harus menangani konsumen dengan tepat sesuai pesanan yang diminta oleh pelanggan.
4. Untuk meningkatkan dimensi *assurance* maka para karyawan Kantin Remaja harus bisa selalu bersikap sopan kepada pelanggan, baik pelanggan baru atau yang sudah berlangganan dengan Kantin Remaja, selain itu karyawan juga harus dilatih dan dibekali dengan pengetahuan-pengetahuan umum tentang produk yang disediakan di Kantin Remaja sehingga bisa memberikan jawaban jika ada konsumen yang menanyakan tentang produk tersebut, dan Kantin Remaja juga disarankan untuk memiliki satu meja khusus untuk kasir agar konsumen aman dan nyaman dalam melakukan transaksi.

5. Untuk dimensi *responsive* disarankan Kantin Remaja menyediakan menu-menu makanan dan minuman yang baru sesuai trend an selera konsumen, selain itu Kantin Remaja juga harus secara konsisten menyediakan makanan dan minuman dari bahan-bahan yang sehat, higienis, bersih dan aman dikonsumsi.