

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Peranan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pelanggan Robert Salon Bandung)”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (X2) dengan total pengaruh sebesar 66,8% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 33,2%.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan total pengaruh sebesar 14,5% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 85,5%.
3. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (X2) serta berdampak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan total pengaruh sebesar 42,1%.

Penelitian ini menerapkan lima dimensi kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*). Dari hasil rekapitulasi kuisioner yang telah disebarkan, secara umum kualitas pelayanan yang diberikan Robert Salon mengenai dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* mendapatkan tanggapan baik dari responden, hal itu ditunjukkan karena seluruh indikator mendapatkan jawaban memuaskan

Bab V Kesimpulan dan Saran

mengenai pelayanan yang diberikan. Hasil rekapitulasi kuisioner juga menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan yang telah menggunakan Robert Salon merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Selain itu jawaban responden mengenai loyalitas mereka terhadap Robert Salon menunjukkan sikap loyal yang cukup baik.

Hasil dari analisis regresi *path analysis* yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan maupun pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan. Perbedaan pengaruh langsung maupun tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas signifikan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 42,1% dan pengaruh tidak langsung sebesar 14,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Saran

Dari hasil dan kesimpulan yang telah didapatkan peneliti, maka peneliti ingin menyarankan beberapa hal baik kepada Robert Salon (praktisi) maupun bagi akademisi, yaitu :

1. Sebaiknya pengelola Robert Salon melaksanakan setiap upayanya dengan maksimal agar kualitas pelayanan khususnya pada dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* benar-benar dapat ditingkatkan sesuai dengan harapan pelanggan. Karena pada jawaban responden masih banyak responden yang kurang puas dalam dimensi *tangible* misalnya

dalam kemoderenan fasilitas fisik yang dimiliki oleh Robert Salon harus diperbaiki dengan menambah peralatan salon terbaru import dari luar negeri agar dapat memiliki keunggulan kompetitif diantara para pesaingnya.

2. Beberapa dimensi kualitas pelayanan mengenai *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* mendapatkan tanggapan yang baik dari responden, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sudah memberikan pelayanan yang baik mengenai dimensi tersebut sehingga perusahaan sebaiknya mempertahankannya tetapi akan lebih baik apabila perusahaan dapat meningkatkannya menjadi lebih baik.
3. Sebaiknya pengelola terus meningkatkan kinerja kualitas pelayanannya, karena kualitas pelayanan benar-benar berhubungan dan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga jika kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat.

• **Bagi akademisi :**

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan mengenai validitas eksternal lain dikarenakan data dikumpulkan dari pelanggan satu perusahaan jasa salon saja. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan mengenai perusahaan jasa salon kecantikan yang ada.
2. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung maupun secara tidak langsung yang dimediasi kepuasan pelanggan yang masing-masing sebesar 42,1% dan 14,5%. Sehingga terdapat faktor-faktor lain

yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam jasa salon ini maupun sejenis untuk diteliti lebih lanjut.