

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil uraian pada bab sebelumnya tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop Setiabudhi Bandung, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop Setiabudhi Bandung sebesar 68,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dan tidak dibahas dalam penelitian ini.

Adapun pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *reliability* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop.
2. Tidak terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop.
3. Terdapat pengaruh *assurance* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop.
4. Terdapat pengaruh *empathy* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop.
5. Tidak terdapat pengaruh *tangible* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop.

#### 5.2 Saran

Dengan adanya hasil penelitian ini, penulis mencoba memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Barber Pop Setiabudhi perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan terutama karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap loyalitas pelanggan. Adapun indikator dengan tingkat persetujuan yang paling rendah dari responden adalah pada pernyataan mengenai pengetahuan karyawan Barber Pop luas dan karyawan Barber Pop selalu berkomunikasi dengan baik. Oleh karena itu, pemilik Barber Pop perlu meningkatkan kemampuan karyawannya dalam berkomunikasi dengan pelanggan, dan karyawan harus lebih memahami semua jasa yang tersedia di Barber Pop dengan baik. Dengan begitu, pelanggan akan merasa nyaman dan akan terus menggunakan jasa Barber Pop dalam jangka panjang.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti variabel lain yang bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan Barbershop karena masih ada faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan belum diketahui sebesar 31,9%. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan teknik analisis lain, misalnya dengan uji beda untuk membandingkan penilaian konsumen terhadap jasa Barbershop yang sedang dalam persaingan.