

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis pengujian yang telah dijelaskan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Dilihat dari hasil penelitian, dapat dinyatakan kualitas layanan memiliki pengaruh positif pada loyalitas pelanggan KFC Surya Sumantri Bandung
- Besar nilai Adjusted R^2 menunjukkan pengaruh simultan antara Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 51.90% dan sedangkan sisanya sebesar 48.10% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan variabel kualitas layanan dan loyalitas pelanggan, telah diperoleh hasil yang signifikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan KFC Surya Sumantri Bandung.

Perusahaan diharuskan memahami cara-cara untuk meningkatkan kualitas layanan mereka sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang lebih baik bagi

perusahaan. Karena loyalitas pelanggan merupakan aset yang penting bagi kesuksesan perusahaan. Perusahaan KFC Surya Sumantri juga diharuskan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik serta menerima saran dan kritik yang membangun agar loyalitas pelanggan terhadap KFC dapat meningkat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

- Penelitian ini hanya menggunakan sampel mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang menggunakan membeli KFC Surya Sumantri Bandung.
- Penelitian ini hanya menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner, data sekunder melalui buku dan jurnal, dan menggunakan analisis data regresi sederhana.
- Terbatasnya variabel yang diteliti yaitu hanya pada kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.
- Teori dan sumber-sumber pedoman sebagai definisi konsep terbatas, hanya terfokus terhadap kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan sebelumnya, diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

- Diharapkan untuk penelitian yang akan datang dapat mengukur kualitas layanan dari faktor lain diluar loyalitas konsumen seperti citra merek dan minat beli.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Diharapkan untuk penelitian yang akan datang untuk memilih sampel yang lebih luas tidak hanya dengan sampel Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung yang membeli KFC tetapi juga masyarakat Kota Bandung yang membeli KFC.
- Diharapkan untuk penelitian yang akan datang teknik pengumpulan data menggunakan metode lain seperti wawancara atau observasi dan teknik analisis data untuk lebih diperdalam seperti regresi berganda.
- Diharapkan untuk penelitian yang akan datang dapat menggunakan teori dan sumber-sumber pedoman yang lebih luas, seperti citra merek dan minat beli.

3. Bagi Perusahaan

- Perusahaan diharapkan untuk lebih memahami dan juga meningkatkan kualitas layanan mereka dari berbagai faktor agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan KFC dalam jangka waktu yang relatif lama.

