

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, terdapat nilai *sig.* sebesar 0,000, yang berarti bahwa probabilitas $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh tersebut yang diteliti dari para responden sebesar 40,2% sementara sisanya sebesar 59,8% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak dapat diteliti oleh penelitian ini.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan hanya mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Penelitian ini dilakukan pada responden yang berjumlah 186 orang.
3. Penelitian dilakukan sampel pada masyarakat Bandung pernah ke bioskop CGV 23 Paskal.

5.3. Implikasi manajerial

Pada penelitian ini menunjukkan pada masyarakat Bandung yang pernah datang dan merasakan Bioskop CGV 23 Paskal Bandung, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan secara simultan. Dengan demikian, perusahaan CGV perlu mengembangkan, inovasi, mengikuti perkembangan zaman agar menjaga kualitas layanan. Dengan demikian, Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang telah diteliti.

5.4. Saran

Pada penelitian yang sudah diteliti, peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Menambah variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti harga dan citra merek.
2. Menambahkan jumlah responden yang diteliti agar menjadi lebih baik
3. Peneliti lebih menyarankan kepada perusahaan CGV yang di paskal 23 Bandung untuk meningkatkan Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan memberikan reward khusus sesuai kebijakan perusahaan kepada pelanggan lama atau pelanggan yang setia.