

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji, menganalisis, dan mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) di Texas Fried Chicken di Bandung Indah Plaza Bandung. Penelitian ini menggunakan populasi dan sampel para pelanggan yang pernah mengunjungi Texas Fried Chicken di Bandung Indah Plaza Bandung. Peneliti memilih lokasi penyebaran kuesioner di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 200 orang pelanggan Texas Fried Chicken. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai variabel independen (X) dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) sebagai variabel dependen (Y). Di dalam variabel kualitas pelayanan (*service quality*) terdapat 5 dimensi atau subvariabel yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Hasil *Adjusted R Square* untuk kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) adalah sebesar 89,1%. Dari hasil tersebut maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) mempengaruhi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) sebesar 89,1% dan sisanya 10,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis menyarankan beberapa saran untuk Texas Fried Chicken di Bandung Indah Plaza Bandung, yaitu :

1. Manajemen Texas Fried Chicken diharapkan terus meningkatkan kualitas pelayanan (*service quality*) yang dimilikinya agar dapat sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Pelanggan akan loyal apabila kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan sangat baik.
2. Beberapa dimensi Texas Fried Chicken yang masih dirasa kurang, sehingga masih perlu diperhatikan, yaitu :
 - a. Dimensi *Responsiveness*, Texas Fried Chicken harus selalu cepat dan siap dalam merespon apa yang diinginkan pelanggan.
 - b. Dimensi *Empathy*, Texas Fried Chicken harus bisa menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.
3. Manajemen Texas Fried Chicken juga diharapkan dapat membuat standarisasi untuk kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan dimensi kualitas pelayanan (*service quality*). Dengan adanya standarisasi, karyawan dapat lebih jelas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.