

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji, menganalisis dan mengetahui besarnya kualitas pelayanan yang diberikan GIORDANO di Istana Plaza Bandung. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan analisis regresi sederhana, dimana sebelum pengujian hipotesis peneliti melakukan beberapa penelitian terlebih dahulu yang terdiri dari uji reliabilitas dan uji validitas.

Pengambilan sampel secara *non probability* sampling yang berarti bahwa teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 1999:77) dan menggunakan metode *purposive* sampling, *purposive* sampling adalah bagian dari metode *non probability* sampling yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 1999:78).

Peneliti menyebarkan 100 kuesioner dan data yang terkumpul dan dikatakan layak untuk diteliti 100 kuesioner atau responden. Sampel yang diambil adalah masyarakat disekitar Universitas Kristen Maranatha Bandung yang menggunakan jasa pelayanan di gerai GIORDANO.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), dalam variabel X terbagi menjadi lima dimensi yaitu *tangible*

(bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsive* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Hasil *adjusted R square* adalah 0,464 berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di GIORDANO Bandung sebesar 46,4% dan sisanya sebesar 53,6%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian maka penulis menyarankan kepada GIORDANO di Istana Plaza Bandung, sebagai berikut :

- Tetap mempertahankan *responsive* (ketanggapan), dan *emphaty* (empati) karena berdasarkan penelitian kedua dimensi itu terdapat pengaruh yang kuat terhadap kesetiaan pelanggan GIORDANO di Istana Plaza Bandung.
- Sedangkan pada *tangible* (bukti langsung), GIORDANO di Istana Plaza Bandung harus lebih memperbaikannya karena dari dimensi itu sangat mempengaruhi pembelian pelanggan, dari tempat, alat-alat yang digunakan dan pakaian seragam karyawan GIORDANO di Istana Plaza Bandung. Alangkah lebih baik GIORDANO di Istana Plaza Bandung membuat atau menggunakan tempat, alat-alat dan pakaian seragam karyawan beda dengan tempat-tempat pakaian yang lain dan membuat suatu ciri khas dari tempat dan seragam karyawan itu sendiri, sehingga itu merupakan salah satu daya tarik pelanggan untuk tetap menjadi pelanggan GIORDANO di Istana Plaza Bandung.

- Reliability (keandalan), pada dimensi ini karyawan harus lebih memperhatikan pelanggan-pelanggannya, menyapa dengan sopan dan ramah dan memberikan pelayanan yang cepat dalam hal menyambut, memesan, dan mengantarkan.
- Assurance (jaminan), sedangkan pada dimensi ini GIORDANO di Istana Plaza Bandung, harus lebih memperhatikan pelanggan bukan saja pelanggan tetap tetapi pelanggan yang baru pertama kali datang, selain itu alangkah lebih baik pembayarannya dilakukan setelah pelanggan selesai mencoba dan memilih pakaian yang di inginkan kemudian langsung melakukan pembayaran langsung di cashier.

Sedangkan untuk teman-teman atau pembaca yang akan melakukan penelitian terhadap loyalitas pelanggan lebih baik lebih memperhatikan atau lebih memperdalam faktor-faktor “emotional value” yang positif dalam hubungan bisnis dengan klien, yang menentukan loyalitas pelanggan terhadap GIORDANO di Istana Plaza Bandung.