

## **BAB V**

### **Kesimpulan dan Saran**

Dari hasil penelitian yang dilakukan di pencucian mobil *New Kartika* Bandung, penulis menarik kesimpulan dan memberikan saran yang diharapkan akan bermanfaat dan dipertimbangkan bagi perusahaan dalam meningkatkan Loyalitas Konsumen pada pelanggannya.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil kuisioner yang dibagikan pada 80 responden, di mana mayoritas responden adalah berusia lebih dari 31 tahun dan berjenis kelamin pria, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas jasa pada *New Kartika*

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil bahwa mayoritas responden setuju terhadap *Tangibles*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, sehingga dapat dikatakan kualitas jasa dari pencucian mobil *New Kartika* baik.

2. Loyalitas pelanggan pada *New Kartika*

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil bahwa mayoritas responden setuju untuk merekomendasikan *New Kartika* kepada orang lain, dan menggunakan jasa *New Kartika* pada divisi lain, namun mayoritas responden tidak setuju jika mereka tidak terpengaruh pada daya tarik penawaran dari jasa pencucian mobil lainnya, sehingga dapat dikatakan loyalitas konsumen terhadap pencucian mobil *New Kartika* cukup baik.

3. Pengaruh *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* terhadap Loyalitas Konsumen pada *New Kartika*

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil bahwa Pengaruh *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* terhadap Loyalitas Konsumen pada *New Kartika* adalah sebesar 28,80 %.

## **5.2 Saran**

Setelah melakukan penelitian maka akan diberikan saran oleh penulis yang sekiranya dapat dipertimbangkan dan dijadikan masukan untuk dilakukan oleh pencucian mobil *New Kartika*, yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan pelayanan jasa dari masing-masing karyawan *New Kartika* (*service knowledge*).
2. *New Kartika* memerlukan *Time Management* untuk mengatur proses layanan agar efisien dan efektif.
3. *New Kartika* dapat menumbuhkan suasana lingkungan yang nyaman sesuai dengan tagline atau slogan *New Kartika "Feels like at home"*. Sehingga konsumen merasa nyaman seperti saat di rumah dan tidak berada atau menunggu seperti di tempat pencucian yang lain.