

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang Analisis Pengaruh Kepuasan Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Olive Fried Chicken Yogyakarta yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- A. Tangibility tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan olive fried chicken. Dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,579 atau $p > 0,05$.
- B. Reliability tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan olive fried chicken. Dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,194 atau $p > 0,05$.
- C. Responsiveness tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan olive fried chicken. Dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,065 atau $p > 0,05$.
- D. Assurance tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan olive fried chicken. Dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,753 atau $p > 0,05$.
- E. Empathy berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan olive fried chicken. Dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,000 atau $p > 0,05$.

- F. Tangibility, Reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Olive Fried Chicken Yogyakarta dimana F_{hitung} sebesar 26,324 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau $p < 0,05$.
- G. Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel empathy memiliki pengaruh paling kuat terhadap variabel loyalitas pelanggan.

5.2. Saran

5.2.1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan penilaian pelanggan terhadap kepuasan atas tangibility dapat ditunjukkan bahwa terdapat indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah atau dinilai belum memenuhi harapan pelanggan adalah kurangnya ketersediaan atau kebersihan fasilitas seperti toilet, wastafel, sabun, tisu, dan dry hand bagi pelanggan sampai kurang nyamannya ruang makan di olive fried chicken. Untuk itu perlu dilakukan perbaikan dengan cara meningkatkan kebersihan dalam menangani keluhan atau masalah seperti selalu mengecek ketersediaan sabun, tisu hingga kebersihan toilet yang akan membuat pelanggan merasa nyaman. Serta mendekorasi ulang ruang makan yang akan membuat pelanggan nyaman dan merasakan kepuasan untuk makan di olive fried chicken.

Berdasarkan penilaian pelanggan terhadap kepuasan atas reliability dapat ditunjukkan bahwa terdapat indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah atau dinilai belum memenuhi harapan pelanggan adalah

kurang ramahnya karyawan dalam melayani pelanggan, tidak tersedianya menu baru yang membuat pelanggan merasa bosan dengan menu yang monoton. Untuk itu olive fried chicken harus meningkatkan kualitas layanan adalah dengan cara memberikan training terhadap karyawan baru untuk memberikan wawasan tentang job description yang dilakukan masing - masing karyawan, serta diberi pemahaman tentang melayani konsumen. Untuk lebih efektif lagi bagi karyawan yang mengikuti training, agar diberikan pengawasan dan teguran, apabila melakukan kesalahan yang sudah ditetapkan. Perusahaan harus membuat inovasi menu baru agar pelanggan tidak merasa kecewa dengan pilihan menu yang monoton.

Berdasarkan penilaian pelanggan terhadap kepuasan atas responsiveness dapat ditunjukkan bahwa terdapat indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah atau dinilai belum memenuhi harapan pelanggan adalah tidak tersedianya brosur di olive fried chicken serta kerapian karyawan saat bekerja. Untuk itu pihak perusahaan untuk menyediakan brosur di setiap toko agar pembeli dapat melihat paket paket menu dan promo yang ada di olive, serta pihak perusahaan harus memperhatikan kerapian karyawan agar tidak ada lagi keluhan dari pelanggan.

Berdasarkan penilaian pelanggan terhadap kepuasan atas assurance dapat ditunjukkan bahwa terdapat indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah adalah harga makanan di olive fried chicken yang semakin hari semakin meningkat harganya, untuk itu pihak perusahaan harus tetap

menetapkan harga yang sama agar pelanggan merasa puas dan tidak ada keluhan dari pelanggan olive yang menyebabkan loyalitas untuk kembali makan di olive fried chicken yogyakarta

Berdasarkan penilaian pelanggan terhadap kepuasan atas empathy dapat ditunjukkan bahwa terdapat indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah adalah tempat parkir yang sempit dan harus dijaga oleh petugas parkir. Ini yang membuat pelanggan merasa mengeluh karena di toko sudah tersedia cctv sehingga tidak perlu dengan adanya petugas parkir yang menjaga. Untuk itu pihak olive fried chicken harus memenuhi keluhan pelanggan dengan membuka lahan parkir yang besar serta dihilangkannya petugas parkir karena ditoko sudah tersedia cctv untuk memantau keadaan tempat parkir yang akan membuat pelanggan merasa aman dan nyaman.

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas obyek penelitian, tidak hanya variabel tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy saja. Sehingga menambah informasi yang lebih lengkap lagi tentang variabel apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan olive fried chicken.

5.3. Keterbatasan

Penelitian ini membatasi variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan olive fried chicken yang hanya menggunakan lima variabel yakni tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Sehingga kemungkinan

masih banyak lagi variabel yang mempengaruhi konsumen dalam loyalitas pembelian. Sampel dari penelitian ini terbatas yakni hanya 100 responden konsumen olive fried chicken di lingkungan masyarakat Yogyakarta, sehingga data yang diperoleh tidak sebanyak dan bervariasi jika penelitian dilakukan lebih luas dengan sampel yang lebih banyak.