

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis PLS mengenai pengaruh *Customer Delight* terhadap *Customer Loyalty* pada Pelanggan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *customer delight* berdasarkan hasil temuan empiris menunjukkan berada pada posisi tinggi. *Customer delight* pada penelitian ini dapat diukur menggunakan dimensi *justice*, *esteem*, *security*, *trust* dan *variety*. Dimensi *security* menjadi dimensi yang memperoleh nilai tertinggi dan dimensi *trust* menjadi dimensi yang memperoleh nilai terendah. Hal ini berarti bahwa tingkat *customer delight* pada pelanggan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall sudah berjalan dengan baik sesuai dengan harapan para pelanggan.
2. Gambaran mengenai *customer loyalty* berdasarkan hasil temuan empiris menunjukkan berada pada posisi sedang. *Customer loyalty* pada penelitian ini dapat diukur menggunakan dimensi *attitudinal loyalty* dan *behavioral loyalty*. Dimensi *behavioral loyalty* menjadi dimensi yang memperoleh nilai tertinggi dan dimensi *attitudinal loyalty* menjadi dimensi yang memperoleh nilai terendah. Hal ini berarti bahwa tingkat *customer loyalty* pada pelanggan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall memerlukan peningkatan.
3. *Customer Delight* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Pelanggan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesenangan pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas yang diberikan pelanggan terhadap perusahaan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh *customer delight* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall sebagai berikut:

1. *Customer Delight* pada pelanggan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall memiliki nilai yang tinggi. Hal ini berarti bahwa tingkat *Customer Delight* pada pelanggan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall sudah berjalan dengan baik sesuai dengan harapan para pelanggan. Namun masih terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan agar *Customer Delight* lebih meningkat. Perusahaan dapat memberikan *food tester* atau memberikan uji coba kepada pelanggan terhadap produk baru *Burger King* sehingga pelanggan merasa diistimewakan karena *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall aktif dalam mencari opini dari pelanggan. Selain itu perusahaan dapat memberikan suatu hadiah atau *reward* bagi pelanggan yang sering berkunjung ke *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall. *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall dapat menggunakan kartu member yang berisikan cap kunjungan. Para pelanggan selama rentan waktu yang telah ditentukan perusahaan harus mengumpulkan cap kunjungan tersebut untuk nantinya dapat ditukarkan menjadi sebuah *reward* atau hadiah.
2. *Customer Loyalty* pada pelanggan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall memiliki nilai yang sedang. Hal ini berarti bahwa tingkat *customer loyalty* pada pelanggan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall memerlukan peningkatan. Perusahaan dapat meningkatkan *Customer Delight* seperti apa yang telah dijelaskan di atas agar nilai *Customer Loyalty* pada pelanggan dapat lebih meningkat. Hal lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *Customer Loyalty* adalah dengan memberikan pelayanan terbaik, memperhatikan pelanggan ketika mereka membutuhkan bantuan dan memperhatikan sarana dan prasarana yang ada. Selain itu perusahaan dapat mempertimbangkan untuk memperluas area cashier agar proses transaksi lebih nyaman.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Delight* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, maka penulis merekomendasikan *Burger King* Bandung Indah Plaza Mall atau perusahaan restoran cepat saji lainnya untuk menciptakan kesenangan bagi para pelanggannya agar pelanggan memberikan loyalitas tinggi terhadap perusahaan.