

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (Servqual) pada dimensi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berada pada tingkat cukup baik. Sebanyak 54,15% responden mempersepsikan kualitas pelayanan (servqual) restoran steak di Kota Bandung cukup tinggi.
2. Loyalitas pelanggan pada dimensi pembelian berulang secara teratur, pembelian antarlini produk dan jasa, referensi kepada orang lain, dan penunjukkan kekebalan terhadap pesaing berada pada tingkat cukup baik. Sebanyak 56,7% responden mempersepsikan tingkat loyalitas kepada restoran steak di Kota Bandung cukup tinggi.
3. Kualitas pelayanan (Servqual) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 74,8% sedangkan sisanya 25,18% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti kualitas produk, harga, lokasi dan sebagainya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas supaya pelanggan lebih loyal lagi maka kualitas pelayanan (Servqual) harus ditingkatkan pada berbagai dimensi berikut ini:

1. Pada variabel kualitas pelayanan, diharapkan pihak restoran harus lebih memperhatikan pelayanannya terlebih pada dimensi bukti fisik (*tangible*) dengan cara seperti lebih memperhatikan kelengkapan peralatan atau perlengkapan makan dan mempercantik dekorasi restoran, dalam hal keandalan (*reliability*) dan daya tanggap (*responsiveness*) seperti lebih sering melakukan pelatihan/*training* kepada karyawan, dalam hal jaminan (*assurance*) pihak restoran harus memberikan jaminan lebih baik dalam hal produk seperti keamanan makanan ataupun jaminan pelayanannya yang memuaskan, dan dalam hal empati (*emphaty*) pihak restoran harus lebih menekankan etika kesopanan dan pelayanan yang ramah kepada para karyawannya sehingga diharapkan tingkat loyalitas pelanggan akan lebih meningkat.
2. Pada variabel loyalitas pelanggan, diharapkan pihak restoran harus lebih memperhatikan dan meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan dengan cara seperti memberikan diskon bagi pelanggan yang sering data ke restoran atau pembuatan *discount member* pada pelanggan yang loyal atau dengan cara membuat data tamu yang sudah loyal sehingga memudahkan restoran untuk menawarkan produk-produk baru kepada pelanggan yang setianya. Diharapkan dengan cara-cara seperti tadi, tingkat pembelian ulang, pembelian antarlini produk, referensi kepada orang lain, dan kekebalan pelanggan pada pesaing akan meningkat.