

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif mengenai pengaruh *service encounter* terhadap *customer delight* dan implikasinya pada *customer loyalty* (survei pada pelanggan Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung), maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan *service encounter*, *customer delight*, dan *customer loyalty* yang ditunjukkan Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung termasuk ke dalam kategori baik.

1. Gambaran mengenai *service encounter* yang diterapkan oleh Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *adaptability*, *coping*, *spontaneity*, *recovery*, indikator yang paling rendah adalah *spontaneity*. Gambaran mengenai *customer delight* yang diterapkan oleh Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *justice*, *esteem security*, *trust*, *variety*, dimensi yang rendah adalah *esteem*. Gambaran mengenai *customer loyalty* yang diterapkan oleh Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *repurchase intention*, *word of mouth*, dan *customer retention*, indikator yang paling rendah adalah *word of mouth*.
2. *Service encounter* berpengaruh tinggi *customer delight* dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Service encounter* yang dilakukan restoran, maka semakin rendah tingkat pelayanan pelanggan pada restoran lain dan semakin tinggi pula *customer delight* dalam mengkonsumsi produk/jasa Lisung The Dago Boutique Resto.
3. *Customer delight* berpengaruh tinggi terhadap *customer loyalty* dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *customer delight* yang dilakukan restoran, maka semakin rendah tingkat kesenangan pelanggan pada restoran lain dan semakin tinggi pula *customer loyalty* dalam mengkonsumsi produk/jasa Lisung The Dago Boutique Resto.

5.2 Rekomendasi

Selain itu, dari hasil penelitian penulis juga bermaksud memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung

- a. Meningkatkan *service encounter* dengan beberapa cara diantaranya adanya pelatihan yang diberikan kepada karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik dalam hal menjelaskan produk atau bagaimana cara bersikap dalam merespon setiap permintaan pelanggan. Karyawan juga harus cepat tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Karyawan harus mampu menarik minat pelanggan untuk membeli produk dengan memberikan penjelasan yang detail mengenai keunggulan produk/jasa.
- b. Meningkatkan *customer delight* dengan beberapa cara diantaranya karyawan harus mampu mengenalkan semua produk kepada pelanggan atau memberikan informasi terkait produk yang ditanyakan pelanggan. Desain produk dalam hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat konsumen, oleh karena itu pembuatan desain produk yang menarik dan unik perlu diperhatikan agar dapat menarik minat pelanggan untuk membeli produk. Profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sangat penting, oleh karena itu wajib bagi setiap karyawan untuk bersikap profesional dalam memberikan pelayanan. Selain itu, kegiatan pemasaran juga menjadi hal yang harus diperhatikan untuk memperkenalkan produk-produk di Lisung The Dago Boutique Resto, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mencari informasi mengenai produk yang dibutuhkan pada Lisung The Dago Boutique Resto.
- c. Meningkatkan *customer loyalty* dengan beberapa cara diantaranya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan adanya pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dan menawarkan produk dengan kualitas produk dan harga yang menarik minat pelanggan untuk berkunjung kembali. Menyediakan fasilitas saran dan prasarana yang memadai seperti area parkir yang luas, toilet, ruangan yang nyaman, bersih, dan wangi, serta melakukan penataan desain interior ruangan semenarik mungkin sehingga konsumen merasa nyaman. Selain itu meningkatkan

perhatian karyawan kepada setiap pelanggan yang berkunjung yang melakukan pembelian.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya tidak terpaku hanya pada faktor-faktor dalam penelitian ini, namun dapat menambah faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi *customer delight* dan *customer loyalty*.
- b. Agar hasil penelitian dapat digunakan secara luas, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan subjek penelitian lainnya sehingga dapat menggambarkan *service encounter*, *customer delight*, dan *customer loyalty*.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif mengenai pengaruh *service encounter* terhadap *customer delight* dan implikasinya pada *customer loyalty* (survei pada pelanggan Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung), maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan *service encounter*, *customer delight*, dan *customer loyalty* yang ditunjukkan Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung termasuk ke dalam kategori baik.

4. Gambaran mengenai *service encounter* yang diterapkan oleh Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *adaptability*, *coping*, *spontaneity*, *recovery*, indikator yang paling rendah adalah *spontaneity*. Gambaran mengenai *customer delight* yang diterapkan oleh Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *justice*, *esteem security*, *trust*, *variety*, dimensi yang rendah adalah *esteem*. Gambaran mengenai *customer loyalty* yang diterapkan oleh Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *repurchase intention*, *word of mouth*, dan *customer retention*, indikator yang paling rendah adalah *word of mouth*.
5. *Service encounter* berpengaruh tinggi *customer delight* dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Service encounter* yang dilakukan restoran, maka

Yulistio Wibowo, 2019

PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP CUSTOMER DELIGHT DAN IMPLIKASINYA PADA CUSTOMER LOYALTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

semakin rendah tingkat pelayanan pelanggan pada restoran lain dan semakin tinggi pula *customer delight* dalam mengkonsumsi produk/jasa Lisung The Dago Boutique Resto.

6. *Customer delight* berpengaruh tinggi terhadap *customer loyalty* dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *customer delight* yang dilakukan restoran, maka semakin rendah tingkat kesenangan pelanggan pada restoran lain dan semakin tinggi pula *customer loyalty* dalam mengkonsumsi produk/jasa Lisung The Dago Boutique Resto.

5.2 Rekomendasi

Selain itu, dari hasil penelitian penulis juga bermaksud memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Lisung The Dago Boutique Resto di Kota Bandung

- d. Meningkatkan *service encounter* dengan beberapa cara diantaranya adanya pelatihan yang diberikan kepada karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik dalam hal menjelaskan produk atau bagaimana cara bersikap dalam merespon setiap permintaan pelanggan. Karyawan juga harus cepat tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Karyawan harus mampu menarik minat pelanggan untuk membeli produk dengan memberikan penjelasan yang detail mengenai keunggulan produk/jasa.
- e. Meningkatkan *customer delight* dengan beberapa cara diantaranya karyawan harus mampu mengenalkan semua produk kepada pelanggan atau memberikan informasi terkait produk yang ditanyakan pelanggan. Desain produk dalam hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat konsumen, oleh karena itu pembuatan desain produk yang menarik dan unik perlu diperhatikan agar dapat menarik minat pelanggan untuk membeli produk. Profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sangat penting, oleh karena itu wajib bagi setiap karyawan untuk bersikap profesional dalam memberikan pelayanan. Selain itu, kegiatan pemasaran juga menjadi hal yang harus diperhatikan untuk memperkenalkan produk-produk di Lisung The Dago Boutique Resto, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mencari informasi mengenai produk yang dibutuhkan pada Lisung The Dago Boutique Resto.

Yulistio Wibowo, 2019

PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP CUSTOMER DELIGHT DAN IMPLIKASINYA PADA CUSTOMER LOYALTY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- f. Meningkatkan *customer loyalty* dengan beberapa cara diantaranya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan adanya pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dan menawarkan produk dengan kualitas produk dan harga yang menarik minat pelanggan untuk berkunjung kembali. Menyediakan fasilitas saran dan prasarana yang memadai seperti area parkir yang luas, toilet, ruangan yang nyaman, bersih, dan wangi, serta melakukan penataan desain interior ruangan semenarik mungkin sehingga konsumen merasa nyaman. Selain itu meningkatkan perhatian karyawan kepada setiap pelanggan yang berkunjung yang melakukan pembelian.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

- c. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya tidak terpaku hanya pada faktor-faktor dalam penelitian ini, namun dapat menambah faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi *customer delight* dan *customer loyalty*.
- d. Agar hasil penelitian dapat digunakan secara luas, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan subjek penelitian lainnya sehingga dapat menggambarkan *service encounter*, *customer delight*, dan *customer loyalty*.