

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Tos Raos Hotel Aston Braga Bandung. Maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Restoran Tos Raos secara keseluruhan dinilai baik oleh para tamu yang berkunjung ke restoran tersebut. Dimana nilai kualitas pelayanan yang diperoleh sebesar 7726 yang termasuk kategori baik. Adapun nilai dari setiap dimensi kualitas pelayanan yang besarnya hampir sama yaitu *Tangible* 1543 (baik), *emphaty* 1570 (baik), *responsiveness* 1542 (baik), *reliability* 1526 (baik), *Assurance* 1545 (baik).
2. Secara keseluruhan loyalitas pelanggan di Restoran Tos Raos Hotel Aston Braga Bandung termasuk dalam kategori baik, hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan nilai sebesar 2025. Dan berdasarkan hasil jawaban responden dilihat dari jumlah kunjungan, sebagian besar responden menjawab bahwa pengalaman berkunjung ke restoran adalah yang kedua kalinya (32,3%). Karena Restoran Tos Raos memiliki ketetapan tersendiri bahwa pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang melakukan pembelian produk atau jasa sebanyak 3 kali atau lebih. Maka pelanggan yang loyal

Lala rasie mariana, 2012

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di restoran tos raos aston braga hotel + residence bandung

berjumlah 22 orang (22.2%) karena sudah berkunjung sebanyak 3 kali atau lebih .

Berdasarkan hasil analisis regresi bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang bernilai positif terhadap loyalitas pelanggan Restoran Tos Raos, yang artinya Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (semakin tinggi/kuat Kualitas pelayanan, maka semakin meningkat loyalitas pelanggan). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ( $H_a$ ) yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Tos Raos Hotel Aston Braga Bandung dapat diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, pengaruh kualitas pelayanan sebesar 0,119 terhadap loyalitas pelanggan. Hasilnya  $r^2$  (koefisien determinasi) didapatkan sebesar 10.6%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 10.6% terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 89.4% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti seperti(harga,produk,promosi,tempat,dll).

## **B. Rekomendasi**

Rekomendasi yang peneliti berikan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di Restoran Tos Raos yaitu restoran harus terus mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah baik dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar menjadi

Lala rasie mariana, 2012

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di restoran tos raos aston braga hotel + residence bandung

sangat baik. Karena dengan begitu restoran akan mendapatkan loyalitas pelanggan yang lebih besar dan pangsa pasar yang lebih besar. Guna mewujudkan kualitas pelayanan yang sangat baik restoran harus memperhatikan syarat-syarat utama yang perlu dipenuhi, seperti : Penempatan karyawan yang harus sesuai posisi atau jabatan hal ini dapat diwujudkan dimulai dari perekrutan karyawan, di mana karyawan yang direkrut harus disesuaikan (*match*) antara jabatan yang akan diduduki dengan latar belakang pendidikan, keterampilan dan keahlian, Perusahaan harus melakukan kegiatan pengembangan kualitas sumber daya manusia dengan cara pemberian pendidikan dan pelatihan agar karyawan mendapatkan tambahan pengetahuan terutama pengetahuan yang disesuaikan dengan posisi atau jabatan yang diembannya agar karyawan bersangkutan dapat meningkatkan kinerjanya lebih baik, Setelah masalah unsur manusia yang utama, maka kualitas pelayanan juga sangat ditentukan dengan adanya sistem dan prosedur pelayanan yang jelas. Artinya perusahaan harus menetapkan satu sistem dan prosedur yang sifatnya permanen tentang pelaksanaan pelayanan agar karyawan mengacu pada sistem dan prosedur tersebut, Pelaksanaan pengawasan terhadap semua pihak yang terlibat dalam aktifitas pelaksanaan pelayanan harus dilaksanakan secara baik agar apa yang telah direncanakan sesuai dengan yang dilaksanakan.

Motivasi dan semangat kerja adalah kekuatan yang muncul dari dalam diri karyawan untuk melaksanakan pekerjaan dengan baik. Untuk itu, perusahaan harus

**Lala rasie mariana, 2012**

**Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di restoran tos raos aston braga hotel + residence bandung**

mampu mendorong seorang karyawan untuk bekerja secara optimal dengan memperbaiki masalah kesejahteraan (gaji dan upah), masalah rolling jabatan, karena biasanya karyawan jenuh atas pekerjaan yang berulang-ulang dilakukan. Kemudian masalah cuti, karena karyawan biasanya secara fisik sudah tidak mampu bekerja secara maksimal, maka dengan memberikan waktu istirahat diharapkan mampu memberikan motivasi dan semangat kerja yang baru setelah menjalani masa cuti.

Selanjutnya, perusahaan jangan hanya menciptakan loyalitas pelanggan saja, namun perusahaan juga harus mampu mempertahankan loyalitas pelanggan. Untuk mempertahankan pelanggan, perusahaan harus bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur. Dalam banyak situasi sulit untuk menyingkirkan pelanggan atau memaksanya berpindah dari kompetitor. Berganti barang membutuhkan usaha, terutama jika keputusan memerlukan investasi resiko yang amat besar. Lebih jauh sikap positif yang tertuju pada suatu produk baik barang maupun jasa dominan mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan sehingga tidak hanya membenarkan keputusan sebelumnya, melainkan juga menguatkannya.

Untuk membangun dan mempertahankan loyalitas para pelanggan, perusahaan disarankan untuk menerapkan 6 prinsip pokok membangun loyalitas pelanggan yaitu :

1. *Play to win-win*

Lala rasie mariana, 2012

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di restoran tos raos aston braga hotel + residence bandung

Maksud daripada *play to win-win* adalah bagaimana sejak awal perusahaan mengembangkan produk/jasa yang mengedepankan kemenangan kedua belah pihak yakni produsen dan konsumen. Prinsip ini merupakan suatu upaya memberikan nilai terbaik kepada pelanggan sehingga dalam jangka panjang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Dalam hal ini perusahaan tidak boleh berpikir untuk mencari keuntungan sepihak, karena prinsip loyalitas memang harus berorientasi jangka panjang, bukan hanya hubungan sesaat.

#### 2. *Be Picky*

Maksudnya adalah suatu upaya bagaimana suatu perusahaan memilih pelanggan yang tepat sesuai dengan *positioningnya*, sehingga perusahaan dapat memberikan nilai yang sesuai dengan mereka. Suatu perusahaan tidak mungkin mengambil semua orang sebagai target pasar. Oleh karena itu harus ada target konsumen yang dibidik sehingga mereka bisa lebih loyal karena merasa tergolong sebagai orang pilihan.

#### 3. *Keep it simple*

Maksudnya adalah suatu upaya membuat segala sesuatunya menjadi mudah bagi konsumen. Perusahaan tidak boleh berhenti untuk melakukan perbaikan guna menyederhanakan pelayanannya. Penyederhanaan ini dibuat karena setiap konsumen memiliki karakteristik yang berbeda.

#### 4. *Reward the right result*

Lala rasie mariana, 2012

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di restoran tos raos aston braga hotel + residence bandung

*Reward the right result* merupakan penghargaan yang diberikan atas hasil yang benar. Memberikan penghargaan seringkali menjadi upaya favorit perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun faktanya seringkali insentif perusahaan itu salah sasaran sehingga tidak sesuai dengan tujuannya untuk menciptakan loyalitas. Biasanya perusahaan tidak memakai data pelanggan loyal untuk memberikan reward ini.

5. *Listen hard talk straight*

Maksudnya adalah membangun loyalitas konsumen dengan kekuatan hubungan, dimana perusahaan harus bisa mendengarkan, mempelajarinya, mempratikan saran dan pendapat yang dikemukakan, serta menjelaskan kenapa perusahaan melakukannya. *Listen hard talk straight* sering kali dimanfaatkan perusahaan untuk menggali umpan balik dari pelanggan, sehingga kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka dapat diketahui.

6. *Preach what you practise*

Maksudnya adalah agar perusahaan dapat mengatakan terlebih dahulu apa yang akan mereka lakukan supaya konsumen tahu janji-janji perusahaan, Janji yang terlalu muluk justru akan menjadi bumerang bagi perusahaan. Sebaiknya janji perusahaan disesuaikan dengan standar yang telah ada.

Lala rasie mariana, 2012

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di restoran tos raos aston braga hotel + residence bandung

Dari keenam unsur pokok diatas penulis berharap ada manfaat bagi restoran Tos Raos dan dapat dilaksanakan dengan baik serta mendapatkan hasil yang lebih baik juga.

Terakhir mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan hanya berpengaruh sebesar 10.6% dan sisanya 89.4% dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga,promosi,tempat,produk. Namun peneliti tidak mendapatkan penelitian lain yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan di restoran Tos Raos, maka peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian tentang pengaruh dari faktor lain selain kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Lala rasie mariana, 2012

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di restoran tos raos aston braga hotel + residence bandung