

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berarti seluruh indikator variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan telah memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC Taman Harapan Indah Bekasi
2. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap terjalinnya hubungan loyalitas pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hal itu menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak bisa menjadikan seorang pelanggan untuk loyal walaupun mereka merasa puas.
4. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan secara langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Sama halnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung juga lebih besar daripada pengaruh tidak langsung. Dengan demikian, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar secara langsung terhadap loyalitas pelanggan daripada melalui kepuasan pelanggan. Sehingga diketahui bahwa kepuasan pelanggan dalam penelitian ini belum cukup kuat untuk menjadi perantara antara variabel independen terhadap variabel dependen.
5. Dari hasil komplain yang didapatkan, dapat diidentifikasi tiga permasalahan yang dominan, sehingga dapat diusulkan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran yang harus ditinjau ulang, upaya yang dapat dilakukan KFC Taman Harapan Indah Bekasi dalam jangka pendek adalah tetap responsif terhadap pelanggan, dengan memberikan tanggapan yang baik serta solusi yang dapat memperbaiki pengalaman pelanggan misalkan menawarkan menu yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, atau mengganti hidangan jika diperlukan untuk memenuhi harapan pelanggan.
- b. Kurangnya training terhadap karyawan, upaya yang dapat dilakukan KFC Taman Harapan Indah Bekasi adalah melakukan program training dan pengembangan karyawan terutama yang berinteraksi langsung dengan pelanggan agar dapat memberikan pengalaman menyenangkan terhadap pelanggan. Pelatihan pada karyawan juga diberikan dengan memastikan bahwa karyawan menguasai standar-standar atau teknik yang diperlukan untuk mencapai konsistensi rasa yang ada.
- c. Kurangnya jumlah karyawan, upaya yang dapat dilakukan KFC Taman Harapan Indah Bekasi adalah melakukan penambahan atau melakukan penjadwalan yang efisien sehingga dapat meminimalisir komplain terkait kebersihan pada jam-jam sibuk.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan peneliti selanjutnya. Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. KFC Taman Harapan Indah Bekasi harus terus meningkatkan kualitas produk dan melakukan *monitoring* terkait komplain pada produk. Karena pengaruh kualitas produk hanya memberikan pengaruh yang kecil terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan
2. KFC Taman Harapan Indah Bekasi harus terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memaksimalkan kepuasan yang diharapkan menciptakan loyalitas. Karena pengaruh kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan

3. Penulis menyarankan agar pihak KFC Taman Harapan Indah Bekasi melakukan upaya-upaya yang telah diberikan serta melakukan *monitoring* , evaluasi rutin terkait komplain yang ada agar dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memenuhi ekspektasi dan harapan mereka
4. Dikarenakan keterbatasan variabel yang diteliti, yaitu hanya pada kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Pengaruh yang diberikan oleh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen hanya sebesar 48.5%. Artinya, terdapat 51.5% pengaruh yang berasal dari variabel lain yang belum diteliti. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan penelitian terhadap variabel lain yang jarang diteliti yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan, seperti keputusan pembelian, persepsi harga, atmosfer restoran, *brand image*, *food display*, *mood* atau lokasi. Penelitian yang lebih luas dan mempertimbangkan faktor-faktor lain akan membantu memahami faktor-faktor yang berkontribusi pada loyalitas pelanggan.

