BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian pada bab sebelumnya mengenai *Store athmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *Resto* Sobbers Bandung, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Store athmosphere* pada *Resto* Sobbers Bandung dinilai Menarik, dengan indikator yang dinilai paling tinggi adalah *layout point of* dan indikator yang paling tidak Menarik adalah indikator *room layout* .
2. Kualitas pelayanan pada *Resto* Sobbers Bandung dinilai Baik, dengan indikator yang paling baik adalah *assurance* , dan yang paling tidak baik yaitu indikator *responsiveness*.
3. Loyalitas pelanggan pada *Resto* Sobbers Bandung dinilai cukup Loyal. Indikator yang paling dinilai cukup loyal adalah melakukan pembelian secara teratur, dan penilaian terendah adalah indikator kekebalan terhadap tarikan pesaing.
4. Secara parsial variabel yang memberikan pengaruh paling signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, sedangkan variabel *Store athmosphere* memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel lain yang tidak diteliti yang mungkin dapat berpengaruh terhadap loyalitas diantaranya relationship marketing, customer relationship dan juga kualitas produk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti ingin memberikan saran yang dapat dijadikan masukan kepada Resto Sobbers Bandung yaitu :

1. Store Atmosphere pada Resto Sobbers harus lebih diperhatikan lagi terutama dalam room layout agar konsumen nyaman dalam berlalu-lalang didalam resto. Salah satu langkah yang mungkin harus di ambil manajemen *Resto* Sobbers Bandung menata ulang room layout pada *Resto* Sobbers Bandung.
2. Kualitas pelayanan pada *Resto* Sobbers Bandung pada saat ini sudah dinilai baik. Akan tetapi manajemen *Resto* Sobbers Bandung harus lebih memerhatikan dan mengawasi karyawan dalam hal pelayanan, manajemen harus membekali karyawan bagaimana cara melayani konsumen dengan ramah dan *responsiveness* yang cepat dan tanggap. Sehingga konsumen merasa puas dalam pelayanan yang di berikan *Resto* Sobbers Bandung, sehingga tercipta loyalitas pelanggan yang tinggi.
3. Loyalitas pelanggan pada *Resto* Sobbers Bandung sudah cukup loyal, akan tetapi melihat dari hasil penelitian salah satu indikator merekomendasikan kepada orang lain terbilang cukup rendah. Salah satu langkah manajemen *Resto* Sobbers Bandung harus lebih giat mempromosikan *Resto* Sobbers Bandung kepada seluruh kalangan masyarakat, baik melalui video maupun visual. Dengan banyaknya masyarakat mengenal *Resto* Sobbers Bandung peluang untuk orang datang ke *Resto* Sobbers Bandung pun cukup besar,

dengan itu juga peluang loyalitas konsumen pada *Resto* Sobbers Bandung tercipta.

4. Secara parsial variabel yang memberikan pengaruh paling signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, hal tersebut harus dapat di pertahankan oleh manajemen *Resto* Sobbers Bandung, sedangkan variabel *Store athmosphere* memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sebaiknya manajemen harus lebih melakukan strategi lain, seperti: membuat hubungan yang baik dengan pelanggan, membuat menu baru yang lebih berkualitas,dll.