BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan *store atmosphere* yang dilakukan *Little White Café* berdasarkan *general exterior, general interior, store layout*, dan *display interior* tergolong menarik. Indikator yang memiliki tanggapan responden tertinggi adalah indikator *store layout* dan terendahl indikator *general interior*.
2. Berdasarkan hasil penelititan kualitas pelayanan *Little White Cafe* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:
   a. Kinerja Kualitas Pelayanan

      Secara keseluruhan kinerja kualitas pelayanan yang *dilakukan Little White Cafe* berdasarkan indikator *tangible* (bukti fisik), *realibility* (kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati) tergolong baik. Indikator *responsiveness* tertinggi dan indikator *emphaty* terendah.

   b. Harapan Kualitas Pelayanan

      Secara keseluruhan harapan kualitas pelayanan yang dilakukan *Little White Cafe* berdasarkan indikator *tangible* (bukti fisik), *realibility* (kehandalan),

responsiveness (daya tangkap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati) tergolong baik. Indikator *emphaty* tertinggi dan indikator *tangible* terendah.

c. Gap antara harapan dan kinerja yang tertinggi berada pada pernyataan karyawan Little White Cafe berpengalaman dalam melayani pelanggan.

3. Secara keseluruhan loyalitas pelanggan *Little White Cafe* berdasarkan indikator *makes regular repeat purchases* (melakukan pembelian secara teratur), *purchases across product and service lines* (membeli diluar lini produk), *refersother* (merekomendasikan), dan *demonstrates an imunity to the full of the competion* (menunjukan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing) tergolong baik/loyal. Indikator tertinggi adalah *demonstrates an imunity to the full of the competion* (menunjukan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing) dan terendah adalah indikator *makes regular repeat purchases* (melakukan pembelian secara teratur).
4. Secara simultan, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan *Little White Cafe* berpengaruh signifikan terhadapa loyalitas pelanggan. Secara parsial, store atmosphere berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyaitas pelanggan.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Little White

Cafe Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh *Little White cafe* sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, maka perusahaan harus memperhatikan masalah *store atmosphere* karena indikator *general interior* (bagian dalam toko) memberikan pengaruh terkecil, dengan cara selalu merubah suhu udara dan tata pencahayaan lampu café agar pelanggan merasa lebih nyaman.
2. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, maka perusahaan harus memperhatikan beberapa permasalahan yaitu:
   a. Kinerja kualitas pelayanan, *Little White Cafe* harus memperhatikan indikator *empathy* (empati) memberikan pengaruh terkecil, dengan cara lebih memperhatikan kepentingan pelanggan dan tidak membedakan status social para pelanggan.
   b. Harapan kualitas pelayanan, *Little White Cafe* harus memperhatikan indikator *tangible* (bentuk fisik) memberikan pengaruh kecil, dengan cara memperbaiki bangunan, perlengkapi fasilitas, memerhatikan kebersihan cafe, dan memperluas tempat parkir cafe.
3. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, maka *Liittle White Cafe* harus memperhatikan masalah *store atmosphere* karena mendapat skor paling rendah di banding kualitas pelayanan, dengan cara memperbaiki elemen

elemen *store atmosphere* yaitu selalu membuat café terlihat segar dan nyaman agar pelanggan betah.

4. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian yang serupa, agar menambahkan indikator pernaytaannya dan menambahkan jumlah sampelnya. Serta mencari faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan