BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, terutama pada perhitungan dan pembahasan yang terdapat pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan Pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Imah Seniman Lembang Bandung dapat disimpulan, yaitu :

    a. Kualitas pelayanan pada Imah Seniman Lembang Bandung termasuk kriteria baik. Dimensi kualitas pelayanan yang menghasilkan skor tertinggi adalah bukti nyata sedangkan yang terendah adalah empati. Indikator dalam kualitas pelayanan yang masih mendapat penilaian rendah dari pelanggan adalah kesiapan karyawan dalam membantu kebutuhan pelanggan dan perhatian personal pada pelanggan.

    b. Kinerja pelayanan yang diterima pelanggan Imah Seniman Lembang Bandung masih lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, dimana kinerja pelayanan sedangkan skor harapannya. Hasil penilaian skor rata-rata menunjukkan bahwa ada aspek-aspek kualitas pelayanan yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan. Aspek kualitas pelayanan yang sudah sesuai dengan harapan pelanggan adalah kestrategisan lokasi dan pengetahuan karyawan, sedangkan yang perlu ditingkatkan adalah

kepedulian, kesiapan dan kecepatan serta keakuratan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan.

2. Kepercayaan pada Imah Seniman Lembang Bandung berdasarkan penilaian pelanggan berada pada kriteria baik. Dimensi kepercayaan yang menghasilkan skor tertinggi adalah *probility* sementara yang terendah adalah *realibility*. Indikator kepercayaan pelanggan yang masih mendapat penilaian rendah dari pelanggan adalah tingkat konsistensi karyawan dalam memberikan pelayanan. Capaian kinerja kepercayaan pelanggan masih lebih rendah dari harapan, yaitu skor kinerja sementara harapan pelanggan.
3. Loyalitas pelanggan pada Imah Seniman Lembang Bandung masih tetap loyal. Artinya pelanggan mau melakukan kunjungan kembali, melakukan pembelian pada lini produk, mau merekomendasikan pada pihak lain dan adanya kemauan untuk menolak tempat lain untuk dikunjungi. Indikator loyalitas pelanggan yang menghasilkan skor tertinggi adalah yaitu kemauan untuk membicarakan hal yang positif sementara yang terendah adalah intensitas melakukan kunjungan kembali.
4. Kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan baik secara simultan maupun parsial. Secara simultan besarnya pengaruh kedua variabel tersebut terhadap loyalitas pelanggan adalah 66,7% dan secara parsial kualitas pelayanan memberikan pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan yakni 46% dan kepercayaan 10,6%.

5.2 Saran

Beberapa hal yang dapat dijadikan saran setelah melihat kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan, maka manajemen Imah Seniman Lembang Bandung sebaiknya menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang sudah baik agar kepuasan pengunjung tetap terjaga. Kualitas pelayanan yang belum optimal dapat ditingkatkan melalui pendekatan individu dengan pelanggan, sehingga dapat terjadi hubungan emosional yang baik dengan konsumen.
2. Kerpercayaan pelanggan pada Imah Seniman Lembang Bandung yang sudah baik patut dipertahankan, sementara tingkat konsistensi karyawan yang masih dianggap rendah dalam memberikan pelayanan dapat ditingkatkan melalui pemberian pelatihan keperibadian
3. Loyalitas pelanggan yang tinggi sebaiknya dipertahankan melalui perbaikan-perbaikan dalam pelayanan agar kepuasan pelanggan tetap tinggi, sehingga mau merekomendasikannya pada pihak lain
4. Penelitian yang akan datang, sebaiknya tidak hanya melibatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan tetapi memasukan variabel lain seperi *people, process dan physical evidence* serta kepusasan pelanggan dan persepsi nilai, sehingga bisa menggeneralisasi secara luas beberapa pengaruh yang dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.