

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan diantaranya:

1. Tidak semua variabel yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dari 4 variabel yang diteliti yaitu variabel kualitas layanan, suasana toko, harga, maupun kualitas makanan terdapat satu variabel yang secara signifikan tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel tersebut adalah variabel kualitas layanan, hal ini berarti bahwa untuk membuat pelanggan merasa puas terhadap outlet bakpia tidak bergantung dari kualitas layanan yang diberikan oleh pihak *outlet* bakpia kepada pelanggannya. Ketiga variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diantaranya adalah suasana toko, harga, dan kualitas makanan. Hal ini dapat diartikan bahwa untuk mencapai kepuasan pelanggan pihak gerai bakpia dapat memenuhi dari segi aspek suasana toko yang ditawarkan, kualitas makanan dalam hal ini bakpia yang baik, dan memperhitungkan terkait dengan harga jual.

2. Pengaruh hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kepuasan pelanggan, apabila pelanggan merasa puas akan *outlet* bakpia pathok jaya akan dengan sendirinya pelanggan loyal terhadap *outlet* bakpia tersebut dan akan mengurangi kemungkinan terjadinya pelanggan berpindah baik terhadap *outlet* bakpia 25 yang lain maupun terhadap bran bakpia lainnya. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini juga dipengaruhi oleh faktor kualitas layanan, suasana toko, harga, dan kualitas makanan. Selain

memperhatikan variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang diteliti pihak gerai bakpia juga bisa membentuk loyalitas pelanggan melalui faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Kualitas layanan, suasana toko, kualitas makanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari 5 variabel yang diujikan terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian ini hanya 4 diantaranya yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel tersebut yaitu kualitas layanan, suasana toko, kualitas makanan, dan kepuasan pelanggan sedangkan variabel harga dalam penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa untuk membentuk loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan memperhatikan faktor kualitas layanan yang diberikan, suasana toko yang ada, dari segi kualitas makanan yang diberikan, dan kepuasan pelanggan yang dirasakan.

4. Strategi yang dapat dilakukan untuk membentuk loyalitas pelanggan yaitu:
 - a. Memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan terhadap pelanggan
 - b. Memberikan kesan yang menarik saat pelanggan berkunjung ke *outlet* bakpia pathok jaya dengan memberikan perasaan yang nyaman saat berbelanja
 - c. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas makanan dari bakpia itu sendiri agar tidak membuat pelanggan kecewa akan kualitas makanannya
 - d. Memenuhi harapan pelanggan akan *outlet* bakpia pathok jaya dengan memenuhi kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel penelitian misalnya terkait dengan variasi rasa, ketersediaan lahan parkir, maupun variabel lain

yang belum dicantumkan dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas jangkauan dan cakupan penelitian. Penelitian kedepannya dapat dilakukan tidak hanya berfokus pada satu *outlet* bakpia pathok jaya, namun mencakup semua *outlet* resmi bakpia pathok 25. Perluasan jangkauan dan cakupan penelitian bertujuan untuk memudahkan dalam memperoleh responden maupun menjadi pembanding dalam hasil penelitian yang diperoleh, semakin luas cakupan akan memberikan hasil yang berbeda.

2. Bagi pelaku usaha bakpia pathok 25 dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang dapat digunakan untuk membentuk loyalitas pelanggan dan dengan mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dapat menjadi masukan dalam membentuk loyalitas sehingga dapat meminimalisir kemungkinan pelanggan berpindah.

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA