

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara variabel *tangible* dengan variabel loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel Cabang Bekasi. Dengan demikian H₁ yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *tangibles* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dapat diterima.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara variabel *reliability* dengan variabel loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel Cabang Bekasi. Dengan demikian H₂ yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *reliability* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dapat diterima.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara variabel *responsiveness* dengan variabel loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel Cabang Bekasi. Dengan demikian H₃ yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *responsiveness* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dapat diterima.

4. Hasil analisis diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara variabel *assurance* dengan variabel loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel Cabang Bekasi. Dengan demikian H₄ yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *assurance* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dapat diterima.
5. Hasil analisis diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara variabel *empathy* dengan variabel loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel Cabang Bekasi. Dengan demikian H₅ yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *empathy* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dapat diterima.
6. Hasil analisis diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dengan variabel loyalitas pelanggan. Dengan demikian H₆ yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *tangibles* (X₁), *reliability* (X₂), *responsiveness* (X₃), *assurance* (X₄), dan *empathy* (X₅) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dapat diterima.

B. Saran

Dilihat dari pembahasan dan simpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Sultan Laundry Hotel perlu meningkatkan variabel *tangible* dalam kondisi gedung laundry, peralatan yang digunakan, dan penampilan pegawai laundry. Hal ini dapat dilakukan dengan memperbaiki dan membenahi fasilitas laundry agar lebih menarik minat pelanggan, teknologi modern yang memberi kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan, serta penampilan pegawai yang bersih dan rapih.
2. Sultan Laundry Hotel perlu meningkatkan variabel *reliability* dalam memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur, dapat diandalkan dan akurat. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan waktu standar yang telah ditetapkan oleh laundry dan kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakannya, karena semakin baik pelayanan yang diterima pelanggan akan memberikan pencitraan perusahaan yang baik dimata masyarakat.
3. Sultan Laundry Hotel perlu meningkatkan variabel *responsiveness* dalam pegawai bersedia membantu pelanggan dan tanggap dalam menangani keluhan dan cepat dalam merespon keinginan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan membangun interaksi pegawai dengan para pelanggannya, serta memberikan sikap dan perilaku pegawai yang positif yang akan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang.

4. Sultan Laundry Hotel perlu meningkatkan variabel *assurance* dalam kualitas dan keamanan laundry, pegawai mampu memberikan pelayanan, dan memiliki sikap yang sopan dan berperilaku baik. Hal ini dapat dilakukan dengan menjamin pelayanan yang diberikan, menunjukkan sikap yang menyenangkan dan menghargai pelanggan.
5. Sultan Laundry Hotel perlu meningkatkan variabel *empathy* dalam mengakses jasa laundry dan komunikasi yang diberikan pegawai. Hal ini dapat diwujudkan dengan memahami keinginan pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, seperti memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.
6. Jika Sultan Laundry Hotel Cabang Bekasi hendak meningkatkan variabel *tangible*, variabel *reliability*, variabel *responsiveness*, variabel *assurance*, dan variabel *empathy* secara bersama-sama, sebaiknya perusahaan perlu meningkatkan keseluruhan variabel tersebut, agar kontribusinya dengan loyalitas pelanggan lebih baik kedepannya. Hal itu perlu dilakukan karena kontribusi variabel *tangible*, variabel *reliability*, variabel *responsiveness*, variabel *assurance*, dan variabel *empathy* terhadap loyalitas pelanggan masih kecil.

