

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan secara singkat tentang keputusan yang dapat disimpulkan dari adanya penelitian ini dan beberapa saran yang dapat membangun bagi perusahaan maupun pembaca.

A. Simpulan

Dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Carrefour Palembang Square. Berdasarkan teknik analisa data secara kuantitatif, yaitu dengan metode deskriptif dan analisis regresi berganda, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini :

1. Simpulan dari Analisis Deskriptif

a. Kualitas Layanan

Pernyataan responden terhadap kuesioner yang berkaitan dengan kualitas layanan. Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan mentabulasikannya diperoleh jawaban yang dominan yaitu setuju. Pernyataan yang mendukung konsumen terhadap kualitas layanan di Carrefour Palembang Square antara lain Carrefour member fasilitas belanja yang nyaman, tata letak rak dan barang tersusun rapi, kelengkapan dan keberagaman produk yang ditawarkan, harga sesuai dengan yang diiklankan, karyawan yang tanggap terhadap keluhan, tersedianya ruang informasi, menawarkan produk dengan

kualitas baik, harga yang bersaing dengan *hypermarket* lain, pelayanan di Carrefour membuat pelanggan nyaman, prasarana yang disediakan memudahkan pelanggan. Dari rata-rata skor variabel menunjukkan nilai yang tinggi. Hal ini dikarenakan para responden sudah merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Carrefour.

b. Kepercayaan

Pernyataan responden terhadap kuesioner yang berkaitan dengan kepercayaan. Dari hasil jawaban responden, diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju untuk semua butir pernyataan variabel kepercayaan. Pernyataan yang mendukung konsumen terhadap kepercayaan kepada Carrefour Palembang Square antara lain eksistensi Carrefour membuat pelanggan percaya belanja disana, Carrefour memberikan pelayanan yang memuaskan, karyawan Carrefour memberikan informasi apa adanya, kasir mengembalikan uang kembalian yang sebenarnya jika terjadi salah hitung, pihak Carrefour mampu memberi solusi atau menyelesaikan masalah konsumen, Carrefour menawarkan layanan member pada pelanggan, karyawan Carrefour jujur dan dapat dipercaya, kinerja baik dari karyawan Carrefour. Dari rata-rata skor variabel menunjukkan nilai yang tinggi. Hal ini dikarenakan pelanggan sudah merasa percaya terhadap kinerja para karyawan dan pihak Carrefour.

c. Loyalitas

Dari penelitian ini, peneliti juga menyebarkan kuesioner untuk meneliti seberapa loyal pelanggan berbelanja di Carrefour Palembang Square. Pelanggan yang sering berbelanja di Carrefour Palembang Square menyatakan tidak tahu mengenai pernyataan kuesioner ini : “setia menjadi pelanggan dan akan terus berbelanja kebutuhan disana”, “menyarankan kepada teman, kerabat maupun saudara untuk berbelanja di Carrefour Palembang Square”, “mencoba menjadi member dari Carrefour”, “tidak terpengaruh untuk belanja di tempat belanja lain”. Dari rata-rata skor variabel menunjukkan nilai sedang. Pelanggan dominan masih merasa ragu untuk terus belanja ulang disana. Mereka menyatakan relatif dalam berbelanja di Carrefour karena banyak tempat belanja lainnya yang sejenis menjadi pilihan untuk berbelanja, seperti Hypermart dan Diamond.

2. Simpulan dari Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil analisis regresi berganda didapat hasil bahwa pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh faktor kualitas layanan dan kepercayaan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan pihak Carrefour, semakin nyaman konsumen akan belanja disana maka semakin banyak konsumen yang akan tetap belanja di Carrefour Palembang Square. Demikian pula kepercayaan, semakin tinggi

tingkat kepercayaan konsumen, semakin puas pula konsumen akan berbelanja disana.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak Carrefour hendaknya selalu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan karena pelanggan pastinya akan lebih nyaman belanja di tempat yang memberikan pelayanan maksimal. Dan ini juga bisa menarik konsumen-konsumen lain untuk menjadi pelanggan tetap di Carrefour jika mereka puas dengan pelayanannya.
2. Bagi peneliti masyarakat, bahwa penelitian ini masih belum dapat dikatakan sempurna, untuk melengkapi kekurangan dan kelemahan dalam penelitian ini disarankan untuk dilakukan penelitian sejenis dengan menggunakan alat ukur yang lebih baik serta variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen.