

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

##### a) Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 36,96 + 0,62 X_1$  menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas pelayanan ( $X_1$ ) akan mengakibatkan kenaikan skor kepuasan pelanggan (Y) 0,62 dan menghasilkan konstanta sebesar 36,96.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan sebesar 48,25% dan sisa persentase perhitungannya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

##### b) Lingkungan fisik/*Servicescape* ( $X_2$ ) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara lingkungan fisik (*servicescape*) dengan kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 35,97 + 0,63X_2$  menunjukkan

bahwa setiap kenaikan satu skor lingkungan fisik/*servicescape* ( $X_2$ ) akan mengakibatkan kenaikan skor kepuasan pelanggan (Y) 0,63 dan menghasilkan konstanta sebesar 35,97.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh lingkungan fisik (*servicescape*) sebesar 50,87% dan sisa dari persentase perhitungannya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

## **B. Implikasi**

### **a) Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan kepuasan pelanggan (Y)**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall maka perusahaan tersebut harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan yang diakibatkan oleh kurangnya kualitas pelayanan, jika dibiarkan berlarut-larut akan membuat pelanggan pergi dan berpaling dengan waralaba lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data dari variabel kepuasan pelanggan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing, yaitu sebesar 33,85%. Selanjutnya, indikator membicarakan hal-hal menyenangkan,

yaitu sebesar 33,09%. Selanjutnya, indikator membeli lebih banyak produk, yaitu sebesar 32,06%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa pelanggan yang merasa kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, akan memiliki kepuasan yang rendah akan memiliki kepuasan yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan perusahaan adalah meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat tinggi pula terhadap KFC Arion Mall.

**b) Lingkungan fisik/*Servicescape* ( $X_2$ ) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara lingkungan fisik (*servicescape*) dengan kepuasan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall maka perusahaan tersebut harus dapat meningkatkan lingkungan fisik (*servicescape*). Kepuasan pelanggan yang diakibatkan oleh lingkungan fisik (*servicescape*) yang kurang nyaman, jika dibiarkan berlarut-larut akan membuat pelanggan pergi dan berpaling dengan waralaba lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data dari variabel kepuasan pelanggan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing, yaitu sebesar 33,85%. Selanjutnya, indikator membicarakan hal-hal menyenangkan,

yaitu sebesar 33,09%. Selanjutnya, indikator membeli lebih banyak produk, yaitu sebesar 32,06%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa pelanggan yang merasa lingkungan fisik (*servicescape*) yang diberikan perusahaan kurang baik, akan memiliki kepuasan yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan perusahaan adalah meningkatkan lingkungan fisik (*servicescape*) agar kepuasan pelanggan dapat tinggi pula terhadap KFC Arion Mall.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall antara lain :

1. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) seharusnya dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan memberikan inovasi produk berdasarkan saran yang diterima dari para pelanggannya. Hal tersebut nantinya akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, seperti pelanggan yang akan membeli lebih banyak produk *Kentucky Fried Chicken* (KFC).
2. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) seharusnya dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang baik seperti, perhatian (*emphaty*) para pegawainya dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik seperti kesopanan pegawai, agar tingkat kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) tidak rendah.

3. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan lingkungan fisik (*servicescape*) yang baik dan nyaman seperti meningkatkan kualitas peralatan, agar tingkat kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) tidak rendah.