

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah menganalisis data primer mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Pangkalan Jati, Kalimantan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini diantaranya:
 - a. Pelanggan KFC secara keseluruhan memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh KFC. Hal ini dapat dilihat dari respon positif para responden pada pernyataan-pernyataan di variabel kualitas pelayanan yang mencakup dimensi *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*. Namun masih ada 9 pernyataan yang mendapatkan respon negatif lebih dari 30% yaitu menyangkut kebersihan toilet, kebersihan lapangan parkir, kebersihan meja pelanggan, perhatian yang diberikan KFC kepada pelanggan, pegawai KFC yang selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan, pegawai memberikan pelayanan yang baik dari awal hingga akhir saat melakukan *delivery order*, pegawai memberikan pelayanan yang baik dari awal hingga akhir, pegawai menanggapi semua permintaan pelanggan dengan cepat dan pegawai mampu menjawab semua keluhan pelanggan.

- b. Pada hasil perhitungan variabel citra perusahaan memberikan gambaran bahwa responden merespon positif terhadap citra dari KFC itu sendiri. Respon positif tersebut mencakup dimensi-dimensi variabel citra perusahaan, yaitu dimensi nilai, konsumen, perusahaan dan citra. Namun masih ada 1 dimensi mengenai citra itu sendiri yang memiliki respon negatif sebanyak lebih dari 30%. Namun dari semua pernyataan tersebut bernilai positif.
- c. Selanjutnya pada variabel kepuasan pelanggan, mayoritas responden merespon positif pernyataan-pernyataan yang mencakup dimensi kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, harga, faktor emosional dan kemudahan. Hal ini menandakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap KFC cukup baik meskipun ada 6 pernyataan yang dijawab cenderung negatif lebih dari 30% responden. Pernyataannya yaitu mengenai harga produk, harga parkir di KFC, pemenuhan harapan pelanggan terhadap produk KFC, pemenuhan harapan pelanggan terhadap pelayanan KFC, kesediaan pelanggan dalam mereferensikan KFC kepada orang lain dan pelanggan tidak perlu antre lama.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Pangkalan Jati, Kalimalang. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig $0.000 < 0,05$.

3. Variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Pangkalan Jati, Kalimantan. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig $0.002 < 0,05$.
4. Kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan citra perusahaan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Karena nilai sig $0.000 < 0,05$. Dan variasi nilai kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebesar 18.4%.

5.2 Saran

1. Saran – saran untuk penelitian lanjutan:
 - a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda pada restoran cepat saji lainnya
 - b. Hendaknya menambahkan referensi-referensi terbaru serta menambahkan *review* penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian bisa lebih dipertanggung jawabkan.
 - c. Hendaknya menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, promosi, persepsi harga, fasilitas dan lain-lain agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Saran – saran yang ditujukan untuk KFC:

- a. Produsen KFC sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan dengan terus memperhatikan kebersihan toilet, lapangan parkir serta meja pelanggan terus menerus demi kenyamanan pelanggan yang berada disana. Meningkatkan kesadaran pegawai KFC untuk terus memberikan perhatian dan mengutamakan kebutuhan pelanggan dengan baik dan dengan sendirinya tanpa perlu diminta terlebih dahulu kepada pelanggan yang ada disana. Produsen KFC juga perlu mempertahankan dan meningkatkan citra perusahaan KFC sendiri seperti dengan terus mengadakan kegiatan-kegiatan yang dapat mengangkat citra positif di mata pelanggan. Memberikan pelayanan yang baik dari awal hingga akhir serta melibatkan pelanggan dengan menanyakan bentuk pelayanan seperti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa yakin terhadap pelayanan yang diberikan. Dan meningkatkan kesadaran pegawai KFC untuk terus memberikan perhatian dan mengutamakan kebutuhan pelanggan dengan baik dan dengan sendirinya tanpa perlu diminta terlebih dahulu kepada pelanggan yang ada disana.
- b. Produsen KFC perlu melakukan inovasi serta meningkatkan kualitas dari produknya dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Memberikan kesan yang baik dengan mengadakan acara-acara yang melibatkan pelanggan itu sendiri sehingga KFC akan memberikan kesan yang berbeda dari restoran cepat saji lainnya diingatan pelanggan.

- c. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, produsen KFC sebaiknya mengkaji ulang harga-harga yang ditetapkan apakah terlalu mahal atau tidak. Untuk harga parkir sebaiknya bisa diturunkan harga parkir sehingga responden tidak merasa keberatan lagi baik harga produk maupun harga parkir KFC. Selain itu lebih meningkatkan produk KFC seperti lebih memberikan variasi yang sesuai dengan keinginan responden sehingga harapan responden telah terpenuhi. Dan memberikan pelatihan kepada pegawai KFC dalam hal penggunaan mesin kasir, kecepatan dalam melayani pelanggan sehingga kecenderungan antrean lama tidak terjadi lagi.