

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Pizza Hut Restoran di Bandar Lampung, dan pemasaran relasional memperkuat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pizza Hut Restoran di Bandar Lampung.

Penelitian ini mengambil sampel 100 responden yang merupakan pelanggan pada Pizza Hut Restoran di Bandar Lampung. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer (penyebaran kuesioner) dan *library research*. Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah Analisis SMART PLS. Hasil dari penelitian ini memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis, maka kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Pizza Hut Restoran di Bandar Lampung.
2. Berdasarkan hasil analisis, maka pemasaran relasional berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Restoran di Bandar Lampung.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Objek penelitian ini adalah 100 responden pada Pizza Hut Restoran di Bandar Lampung, oleh karena itu hasil penelitian akan dapat digeneralisir jika objek pada penelitian dapat diperluas terhadap responden dari restoran cepat saji lainnya di Bandar Lampung.

### **5.3. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas maka saran-saran yang semoga dapat menjadi masukan sebagai berikut:

1. Dari kesimpulan tentang hasil uji hipotesis melalui uji P-Values pada variabel kepuasan pelanggan, maka hendaknya upaya yang dapat dilakukan dengan memberikan angket kecil kepada pelanggan guna mengetahui persepsinya tentang pelayanan. Kemudian kepada para petugas yang bersentuhan langsung dengan pelayanan pelanggan agar senantiasa diawasi kinerjanya.
2. Dari kesimpulan tentang hasil uji hipotesis melalui uji P-Values pada variabel pemasaran relasional, maka hendaknya bimbingan teknis terhadap petugas sebagai upaya meningkatkan kompetensi kerja dilakukan secara berkala, dan untuk waktu kedepan dalam hal rekrutmen responden baru lebih mempertimbangkan faktor kompetensi, dan karakter yaitu; komitmen, empati, timbal balik dan kepercayaan.