# BAB V

# SIMPULAN DAN SARAN

1. **Simpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengujian data mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading, peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.
2. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.
3. **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti peroleh melalui uji penelitian yang dilakukan pada bab 4, ada saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
2. Manajemen Tous Les Jours sebaiknya berupaya dalam memberikan pelayanan yang sopan serta memberi nilai tambah pada konsumen. Pelayanan yang sopan membuat konsumen merasa dihargai, konsumen yang membeli banyak dan yang membeli sedikit harus mendapat kesopanan yang sama. Pemberian nilai tambah pada konsumen diwujudkan dalam bentuk pemberian *gift* atau *souvenir* pada *event-event* khusus, misalnya pada saat *valentine’s day*. Pembeli Tous Les Jours diberi *souvenir* berupa kartu *valentine* yang berisi permen atau coklat berbentuk hati berwarna pink. Sedangkan pada saat lebaran, pembeli Tous Les Jours diberi *souvenir* berupa miniature ketupat yang didalamnya ada coklat berbentuk ketupat dengan inisial nama Tous Les Jours. Pada saat natal juga pembeli Tous Les Jours diberi *souvenir* seperti krans natal. Hal-hal kecil ini dapat membuat konsumen merasakan kepedulian toko roti ini pada budaya yang dianut masyarakat Indonesia sehingga konsumen yang merasa dihargai dan dipedulikan. Selain dapat menumbuhkan rasa loyalitas, pemberian nilai tambah sesuai *event* khusus pun dapat menjadi ajang promosi baru bagi ketiga toko roti ini, karena pemberian *souvenir* ini dapat menarik perhatian konsumen yang sedang merayakan *event* khusus tersebut.
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen Tous Les Jours diharapkan manajemen toko roti ini dapat lebih memperhatikan sumber daya mereka masing-masing yaitu para karyawannya untuk dapat memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pembeli. Tidak hanya itu, para karyawan juga harus di *training* terlebih dahulu agar mereka mempunyai berbagai informasi tentang perusahaan maupun produk yang akan dijual sehingga pada saat ditanya oleh konsumen mereka dapat menjawabnya dengan baik.
4. Bagi peneliti selanjutnya
5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukan variabel lain seperti kualitas produk, promosi, harga, dan bauran pemasaran yang mempengaruhi loyalitas konsumen.
6. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengganti model penelitian menggunakan variabel mediasi (intervening) yang dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.