

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Garuda Pattimura
2. Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Garuda Pattimura
3. Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Garuda Pattimura
4. Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Garuda Pattimura
5. Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Garuda Pattimura
6. Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Garuda Pattimura
7. Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Garuda Pattimura

5.2 Saran

1. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam kelancaran sebuah usaha. Untuk itu Restoran perlu memperhatikan loyalitas pelanggan dengan tetap memperhatikan *brand image*, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang menjadi pendukung loyalitas pelanggan.

2. *Brand image* yang harus diperhatikan ialah *Popular*, dimana Restoran Garuda harus lebih menekankan citra mereknya agar lebih dikenali. Untuk itu, Restoran Garuda dapat melakukan pemasaran melalui media sosial agar lebih dikenali. Berkolaborasi dengan influencer menjadi salah satu upaya dalam menambah kesadaran calon konsumen akan citra merek serta produk dan layanan yang ditawarkan Restoran Garuda. Di samping pemasaran media sosial dan kolaborasi influencer, Restoran Garuda perlu menjaga konsistensi identitas merek, baik dari segi visual, pesan komunikasi, maupun nilai budaya yang diangkat. Konsistensi ini memperkuat positioning merek dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap citra yang dibangun.
3. Kualitas Pelayanan yang harus diperhatikan ialah *Empathy*, dimana Restoran Garuda dapat menanamkan jiwa simpati kepada karyawannya akan kesadaran pada kebutuhan pelanggan. Hal ini tentu dapat menambah tingkat kepuasan yang menjadikan pelanggan lebih loyal. Selain itu dengan melakukan pelatihan layanan secara berkala dan memberikan standar pelayanan yang jelas juga penting agar empati yang ditunjukkan tidak bersifat situasional, tetapi menjadi budaya layanan yang berkelanjutan.
4. Kepuasan Pelanggan yang harus diperhatikan adalah Kesesuaian Harapan, untuk itu Restoran Garuda dapat mengevaluasi ulang bagaimana cara memenuhi ekspektasi pelanggan. Mulai dari berbagai hal seperti, Harga yang sesuai, Pengalaman makan yang menarik, atau yang lainnya. Pengukuran kepuasan pelanggan secara rutin juga perlu dilakukan, baik melalui umpan balik langsung maupun survei singkat. Data tersebut dapat digunakan sebagai dasar perbaikan berkelanjutan untuk menjaga kesesuaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan.
5. Kepada Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengatasi keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini serta memperluas cakupan variabel yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan agar penelitian berikutnya mampu mengkaji

permasalahan secara lebih mendalam terkait variabel yang digunakan, sehingga memungkinkan ditemukannya variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas dan memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian di masa mendatang. Beberapa variabel lain yang disarankan untuk diteliti pada penelitian selanjutnya antara lain *Social Media Marketing*, *Emosional Attachment* (Keterikatan Emosional), Kualitas Produk dan Persepsi Harga. Melalui perluasan cakupan variabel tersebut, penelitian di masa mendatang diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang lebih menyeluruh terkait faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

