

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh strategi pemasaran dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Laundry Mom's Edo di Kota Pinang, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan strategi pemasaran, seperti penetapan harga yang sesuai, promosi yang efektif, kemudahan lokasi, serta proses pelayanan yang diselenggarakan dengan baik, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang dan tetap menggunakan jasa laundry apabila strategi pemasaran yang diterapkan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

Selain itu, kualitas layanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelayanan yang diberikan secara ramah, cepat, tepat waktu, serta didukung oleh fasilitas yang bersih dan memadai mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang konsisten membuat pelanggan merasa nyaman dan yakin untuk terus menggunakan jasa Laundry Mom's Edo dalam jangka panjang.

Secara simultan, strategi pemasaran dan kualitas layanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Laundry Mom's Edo di Kota Pinang. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak terbentuk hanya dari satu aspek saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi

berbagai faktor yang saling mendukung. Strategi pemasaran yang efektif akan lebih optimal apabila diimbangi dengan kualitas layanan yang konsisten dan memuaskan. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut memiliki peran yang saling melengkapi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis jasa laundry yang semakin ketat.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan loyalitas pelanggan pada Laundry Mom's Edo sangat bergantung pada kemampuan usaha dalam merancang strategi pemasaran yang tepat serta memberikan kualitas layanan yang unggul secara berkesinambungan. Upaya perbaikan pada kedua aspek tersebut akan memberikan kontribusi nyata terhadap stabilitas pelanggan dan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bagi pihak Laundry Mom's Edo di Kota Pinang, disarankan untuk terus mempertahankan serta meningkatkan strategi pemasaran yang telah diterapkan, khususnya dalam aspek promosi dan pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial. Strategi promosi yang lebih inovatif dan konsisten akan membantu memperluas jangkauan pasar serta memperkuat posisi usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

2. Laundry Mom's Edo perlu menjaga dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan, terutama dalam hal mengurangi waktu penyelesaian cucian, ketelitian dalam proses pencucian, mempengaruhi karyawan, serta kebersihan dan kerapian lingkungan usaha. Konsistensi dalam memberikan pelayanan yang berkualitas akan memperkuat kepercayaan dan kepuasan pelanggan.
3. Pihak usaha disarankan untuk mengembangkan program loyalitas pelanggan, seperti memberikan diskon khusus bagi pelanggan tetap, sistem poin, atau promo khusus pada periode tertentu. Program tersebut dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pembelian ulang dan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, harga, citra merek, nilai yang dirasakan pelanggan, atau kepercayaan pelanggan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan metode yang berbeda, seperti metode kualitatif atau metode campuran, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.
5. Bagi pihak akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan ilmu pemasaran manajemen jasa, khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan pada usaha jasa skala kecil dan menengah.