

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan, dimana nilai $t_{hitung} 1,750 > t_{tabel} 0,230$ pada taraf signifikan $0,004 < 0,05$ terhadap loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara.
2. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan, dimana diperoleh hasil nilai $t_{hitung} 1,305 > t_{tabel} 0,230$ pada taraf signifikan $0,003 < 0,05$ terhadap loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara.
3. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan, dimana diperoleh hasil nilai nilai $t_{hitung} 0,704 > t_{tabel} 0,230$ pada taraf signifikan $0,001 < 0,05$ terhadap loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara.
4. Hasil uji hipotesis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa kualitas produk, layanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan, karena diperoleh nilai $F_{hitung} (7,331) > F_{tabel} (2,73)$ pada taraf signifikansi $0,00 < 0,05$ terhadap loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara.

5. Nilai Adjusted R Square menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara dipengaruhi oleh kualitas produk, layanan dan lokasi sebesar 20,4 %. Sedangkan sisanya sebesar 70,6 % dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produk sesuai dengan kemajuan zaman dan minta kaula remaja dengan tempo kekinian agar dapat memicu loyalitas pelanggan.
2. Perusahaan harus lebih meningkatkan aspek layanan agar dapat membuat loyalitas pelanggan. Karena dengan layanan yang baik oleh para konsumen akan memicu loyalitas pelanggan itu sendiri.
3. Perusahaan harus mampu memahami lokasi yang strategis terutama dekat dengan pusat perbelanjaan, kampus dan sekolah agar konsumen merasa terpuaskan.
4. Perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas produk, layanan dan lokasi agar loyalitas pelanggan dapat mengalami peningkatan.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam pada bidang yang sama agar menambah faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan agar dapat memberikan kontribusi pada perusahaan.