

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

D. Kesimpulan

Penelitian yang telah dilaksanakan ini berhasil memberikan kesimpulan secara empiris dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan di awal adalah benar. Kesimpulan tersebut berupa :

1. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t_{hitung} kepuasan pelanggan (X_1) sebesar $5.968 > t_{tabel} (1.972)$ dan $Sig\ 0.000 < 5\%$ sehingga keputusan yang dapat diambil adalah menerima H_1 . Dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t_{hitung} kualitas layanan (X_2) sebesar $2.017 > t_{tabel} (1.972)$ dan $Sig\ 0.045 < 5\%$ sehingga keputusan yang dapat diambil adalah menerima H_2 . Dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t_{hitung} program loyalitas (X_3) sebesar $4.950 > t_{tabel} (1.972)$ dan $Sig\ 0.000 < 5\%$ sehingga keputusan yang dapat diambil adalah menerima H_3 . Dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan program loyalitas terhadap loyalitas pelanggan.

4. Sehingga dapat dikatakan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko busana muslim di kawasan Margonda Raya, Depok.

E. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan program loyalitas dengan loyalitas pelanggan toko busana muslim di kawasan Margonda Raya. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan program loyalitas menentukan peningkatan loyalitas pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk menciptakan sikap loyalitas pelanggan yang tinggi pada pelanggan toko busana muslim. Yaitu dengan memberikan kepuasan terhadap pelanggan, memberikan layanan yang berkualitas, serta mengadakan program yang membentuk sikap loyalitas pelanggan toko busana muslim.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pada variabel loyalitas pelanggan, faktor yang memiliki skor tertinggi adalah faktor memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang di toko busana muslim tempat biasa berbelanja sebesar 10,29 %, sedangkan faktor terendah yang mempengaruhi sikap loyalitas pelanggan dalam mengunjungi toko busana muslim adalah faktor merasa ragu jika ingin beralih ke toko busana muslim yang lain sebesar 9,51 %. Sedangkan pada variabel kepuasan

pelanggan secara keseluruhan, pelanggan percaya bahwa toko busana muslim tempat biasa berbelanja menyenangkan hati para pelanggan ketika berbelanja 10,33 %. Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan pelanggan sebaiknya pihak toko busana muslim harus mampu membuat para pelanggan merasa senang disaat mereka berbelanja.

Kemudian untuk variabel kualitas layanan factor tertinggi adalah karyawan toko busana muslim mampu berkomunikasi dengan baik sebesar 10,32 %. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa toko busana muslim harus memberikan pelayanan yang prima salah satunya adalah dengan kemampuan berkomunikasi para karyawan yang baik dalam melayani pelanggan toko busana muslim.

Dan pada variabel program loyalitas factor tertinggi adalah pelanggan mendapatkan informasi mengenai keuntungan yang bisa diperoleh jika menjadi anggota program loyalitas pada toko busana muslim sebesar 21,17%. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan mengadakan program-program yang diciptakan oleh pihak toko busana muslim untuk memberikan penghargaan kepada para pelanggan toko yang sudah loyal terhadap toko busana muslim.

F. Saran

Berdasarkan implikasi yang telah dikemukakan, maka beberapa saran dari hasil penelitian ini, adalah:

1. Toko busana muslim harus mampu mempertahankan kualitas layanan yang membuat pelanggan toko merasa nyaman serta

merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak toko busana muslim.

2. Toko busana muslim harus memberikan pelatihan kepada karyawan untuk lebih terampil dalam melayani pelanggan serta menguasai lingkungan kerja.
3. Toko busana muslim harus memberikan ide-ide atau inovasi yang lebih menarik terhadap program yang ditawarkan kepada pelanggan toko busana muslim.
4. Bagi mahasiswa yang akan meneliti mengenai loyalitas pelanggan sebaiknya dapat meneliti selain variabel selain kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan program loyalitas. Guna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel lain dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.