

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Citra Merek berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di Store Ms Glow Semurup dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,996 > 1,991$) dengan taraf signifikan 0,01 dengan arti terdapat pengaruh signifikan antara Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan di Store Ms Glow Semurup.
2. Kenyamanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Store Ms Glow Semurup dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,440 > 1,991$) dengan taraf signifikan 0,017 dimana nilai sig adalah 0,017 lebih besar dari α 0,05. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan arti terdapat pengaruh signifikan antara Kenyamanan dan Loyalitas Pelanggan di Store Ms Glow Semurup.
3. Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Store Ms Glow Semurup dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,603 > 1,991$) dengan taraf sig 0,022 dimana nilai sig adalah 0,022 lebih besar dari α 0,05. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan arti terdapat pengaruh signifikan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Store Ms Glow Semurup.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara Citra Merek, Kenyamanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 61,5% hal ini membuktikan Citra Merek, Kenyamanan dan Kepuasan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan skripsi ini, maka untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan disarankan kepada owner MS. Glow Kerinci dan konsumen MS. Glow Kerinci adalah sebagai berikut :

1. Variabel Kepuasan dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 11,3%, maka disarankan :
 - a. Memberikan Kepuasan yang sesuai membuat pelanggan tertarik.
 - b. Menyampaikan informasi kepuasan yang sesuai dengan apa yang akan didapat sehingga dapat membuat pelanggan puas.
 - c. Membangun kepercayaan pelanggan dapat membuat persepsi pelanggan menjadi baik dan merasa puas berdampak pada kelangsungan usaha.
2. Variabel Citra Merek dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 19,1%, maka disarankan :
 - a. Menjaga strategi citra merek agar kepercayaan pelanggan dapat terjaga untuk dapat tetap menjadi store terbaik yang dapat membuat pelanggan puas dan loyal.
 - b. Menjaga dan mempertahankan citra merek agar pelanggan tetap puas dan loyal.
 - c. Mengatasi masalah persaingan dengan citra merek yang menarik.
3. Variabel Kenyamanan dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) nya sebesar 31,1%, maka disarankan :

- a. mampu memberikan pelayanan sebaik mungkin dengan mengutamakan kenyamanan pelanggan.
 - b. Melayani dengan tulus ketika sedang bekerja
 - c. Mampu memberikan pelayanan yang tanggap
 - d. Memberikan kenyamanan agar pelanggan puas
4. Bagi peneliti, selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan melibatkan variabel-variabel lain yang relevan yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

