

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari Penelitian yang telah dilakukan maka Penulis dan menyimpulkan sebagai berikut:

1. *Relationship Marketing* berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan De' Kampung Café yang artinya dalam melakukan peningkatan *Relationship Marketing* akan meningkat juga Loyalitas Pelanggan.
2. *Perceived Quality* berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan De' Kampung Café yang artinya dalam melakukan peningkatan *Perceived Quality* akan meningkat juga Loyalitas Pelanggan.
3. *Servicescape* berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan De' Kampung Café yang artinya dalam melakukan peningkatan *Servicescape* akan meningkat juga Loyalitas Pelanggan.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran yang ingin disampaikan Penulis:

1. Pada *Relationship Marketing* sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sehingga pihak manajemen harus mampu melakukan upaya untuk pelanggan merasa di istimewa karena hubungan relasi yang dijalin akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan loyal dengan perusahaan. Salah satu contoh yang bisa dilakukan adalah dengan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan saat mereka datang berkunjung.

2. *Perceived Quality* tidak kalah berpengaruh untuk menjadikan pelanggan loyal yaitu dengan selalu mengevaluasi kualitas pelayanan maupun produk yang disediakan dan terus memperbaharui ketersediaan produk serta penampilannya, begitupun dengan pelayanan yang harus terus ditingkatkan.
3. *Servicescape* juga memiliki pengaruh signifikan salah satunya fasilitas serta kenyamanan lokasi untuk digunakan oleh pelanggan, selalu perbaiki kekurangan yang diperlukan oleh pelanggan agar dalam menikmati pelayanan terlaksana secara maksimal.
4. Bagi Penulis selanjutnya
Penelitian yang dilakukan waktu akan datang sebaiknya menambah variable untuk mengetahui lebih luas pengaruh loyalitas pelanggan.