

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap *customer retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam, hal ini ditunjukkan dari hasil uji parsial dengan diperoleh t hitung yang lebih besar dari t tabelnya (t hitung 5,228 > t tabel 1,977), nilai koefisien regresi yang positif yakni sebesar 0,176 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (nilai alpha).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap *customer retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam, hal ini ditunjukkan dari hasil uji parsial dengan diperoleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabelnya (t hitung 9,998 > t tabel 1,977), nilai koefisien regresi yang positif yakni sebesar 0,223 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (nilai alpha).
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap *customer retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam, hal ini ditunjukkan dari hasil uji Simultan dengan diperoleh nilai F hitung 103,491 > F tabel 3,06 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (nilai alpha).

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini masih terbatas pada variabel kualitas pelayanan dan lokasi, sedangkan dilihat dari nilai R-square masih kecil artinya masih banyak faktor lain yang mempengaruhi *customer retention*, sehingga untuk penelitian selanjutnya perlu dikaji lebih lanjut terhadap variabel-variabel lain seperti persaingan harga, promosi, inovasi, citra perusahaan, *customer relationship marketing*, kepuasan pelanggan dan lain lain.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan agar bisa dilakukan pada perusahaan dengan jenis jasa yang berbeda ataupun dengan skala perusahaan yang lebih besar sehingga jumlah sampel yang didapatkan juga akan lebih banyak untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat lagi yang kemudian bisa menggambarkan situasi yang sebenarnya terkait manajemen pemasaran khususnya tentang *customer retention*.
3. Penelitian selanjutnya agar menggunakan bantuan program pengolah data selain SPSS seperti program *software Amos*, Minitab, S-plus, SAS, dan lain-lain sehingga bisa memperoleh hasil olahan dan analisis data dengan metode yang berbeda.