

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan dan analisis hasil data yang diulas pada pembahasan bab sebelumnya, sehingga ditarik kesimpulan ialah :

1. Secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jhon *Barbershop* di Batam. hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji-t yaitu $t_{hitung} 2,799 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan sebesar $0,046 < 0,05$.
2. Secara parsial fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Jhon *Barbershop* di Batam. hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji-t yaitu $t_{hitung} 4,389 < t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$.
3. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Jhon *Barbershop* di Batam. hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji-t yaitu $t_{hitung} 2,799 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$.
4. Secara simultan citra merek, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Jhon *Barbershop* di Batam. hal tersebut bisa dilihat dari hasil uji-F yaitu $F_{hitung} 45,115 > F_{tabel} 2,14$. dan kontribusi pengaruh variabel kualitas pelayanan, promosi dan kualitas informasi secara simultan terhadap keputusan pembelian, dimana

dapat dilihat angka adjusted R^2 sebesar 0,535. yang berarti presentase sumbangan variabel kualitas pelayanan (X_1), promosi (X_2) dan kualitas

5.2 Saran

Untuk pengembangan yang akan dilakukan selanjutnya, maka peneliti memberikan saran, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Peneliti menyarankan agar pihak Jhon Barbershop meningkatkan pengenalan citra merek agar semakin dikenal banyak masyarakat luas baik juga di sosial media dengan tampilan yang semenarik mungkin. bahkan fasilitas dari segi apapun lebih diperhatikan agar pelanggan tetap merasa nyaman, senang dalam menggunakan fasilitas. kemudian kualitas pelayanan juga di perhatikan yang diterapkan karyawan dalam pelayanan agar terciptanya pelayanan yang baik, bagus dan berkesan. Semua itu bertujuan agar pelanggan Jhon Barbershop merasakan kepuasan dan sesuai yang diharapkan bahkan tetap loyal.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk Peneliti selanjutnya, dikarenakan peneliti hanya meneliti variabel citra merek, fasilitas dan kualitas pelayanan maka diharapkan peneliti selanjutnya lebih banyak menambah variabel lagi agar menjadi karya yang lebih sempurna.