

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berikut kesimpulan yang dapat diuraikan peneliti berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu:

1. Kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y) PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.
2. Kepuasan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y) PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.
3. Kepercayaan (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y) PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.
4. Kualitas pelayanan (X_1),kepuasan (X_2), kepercayaan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadaployalitas konsumen (Y) PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.

5.2 Saran

Berikut saran-saran yang dibuat peneliti berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi pihak perusahaan diharapkan lebih memaksimalkan kualitas pelayanan saat karyawan melayani konsumen, hal yang harus dilakukan yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dengan pelayanan terbaik kepada konsumen agar tidak menimbulkan rasa kecewa dari konsumen.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kepuasan merupakan variabel yang sangat dominan dalam memengaruhi loyalitas konsumen. Oleh sebab itu, apabila perusahaan ingin meningkatkan loyalitas konsumen sebaiknya perusahaan mencari tahu apa yang diharapkan dan diperlukan oleh konsumen.
3. Pihak perusahaan harus meningkatkan kepercayaan konsumen demi menciptakan loyalitas konsumen. Sebaiknya perusahaan selalu menjamin kualitas produknya demi menjaga kepercayaan konsumen.
4. Disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan kualitas sistem kasir guna untuk menghindari terganggunya sistem transaksi. Sistem kasir yang lancar konsumen tidak akan kecewa dengan pelayanan dari perusahaan.
5. Loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan sebesar 69,2%, sedangkan selisih sebesar 30,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada studi ini. Diharapkan pada studi berikutnya peneliti dapat meneliti variabel lain yang mampu mempengaruhi loyalitas konsumen.