

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Peneliti berusaha menenung Pengaruh Kelengkapan Produk (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Minimarket Boymart di Kota Batam. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti memperoleh beberapa kesimpulan:

1. Kelengkapan Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Boymart di Kota Batam. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil uji t parsial yang dilakukan oleh peneliti, sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Boymart di Kota Batam. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil uji t parsial yang dilakukan oleh peneliti, sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.
3. Kelengkapan Produk dan Kepercayaan bersama-sama secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Boymart di Kota Batam. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil uji F yang dilakukan oleh peneliti, sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Minimarket Boymart Di Kota Batam dengan variabel X1 yaitu Kelengkapan Produk dan X2 Kepercayaan serta variabel Y yaitu Loyalitas Pelanggan, maka penulis akan merangkum saran pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Kelengkapan Produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Minimarket Boymart, maka peneliti akan menyarankan untuk hal ini agar ditingkatkan lagi penambahan produk pada Minimarket Boymart.
2. Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Minimarket Boymart, maka disarankan agar terus meningkatkan kepercayaan dari Minimarket Boymart
3. Kelengkapan Produk dan Kepercayaan secara bersamaan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Minimarket Boymart, maka disarankan agar mempertahankan dan mengembangkan loyalitas terhadap Minimarket Boymart.
4. Untuk penelitian selanjutnya, agar dapat ditambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti kualitas pelayanan, promosi, dan lain lain.