

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,049 < 0,05$.
2. Variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$.
3. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$.
4. Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$.
5. Hasil pengujian secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan , hal ini dapat dibuktikan hasil $F_{hitung} 15,729$ atau nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk:

- a) Bagi Jokopi Surabaya

Meningkatkan kualitas kopi yang dihasilkan dan mempertahankan kualitas bahan baku yang digunakan. Melakukan training soft skill dalam *handling*

customer agar segala permasalahan dapat terselesaikan dengan cepat dan efisien.

b) Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian ini seperti *Reuse Intention* atau Penggunaan Kembali, Promosi, dan Tempat Usaha.