

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah dilakukan pengujian hipotesis dari uji F diketahui  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $145.254 > 3,09$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas Citra Merek (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Hasil analisis pengujian hipotesis uji T secara parsial, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :
  - a. Berdasarkan hasil uji T (5.945), Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)
  - b. Berdasarkan hasil uji t yaitu (7.144), Terdapat pengaruh signifikan positif faktor kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

#### 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Sebaiknya para pelaku bisnis di sektor pariwisata seperti CV. Ayo Liburan Tour&Travel Gresik selalu memperhatikan citra merek dari perusahaan dan terus memperbarui strategi-strategi promosinya di masyarakat terutama di kawasan luar Jawa sehingga masyarakat bisa mengetahui dan mengenal CV. Ayo Liburan Tour&Travel Gresik dan bisa membuat citra merek semakin positif.
2. Sebaiknya para pelaku bisnis selalu menjaga kualitas pelayanan dan bisa meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki. Perusahaan juga bisa lebih memperbarui inovasi dari kualitas pelayanan seperti apa yang akan diberikan kepada pelanggannya agar bisa terus bertahan dan bersaing dengan kompetitor lain yang sejenis.