

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian mengarah pada pembentukan penelitian ini. Kesimpulannya:

1. Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas X1 berpengaruh positif Loyalitas pelanggan telah terbukti dipengaruhi oleh keduanya, baik secara individu maupun secara bersamaan. Jika semakin baik pada kualitas pelayanan sehingga makin terjadi peningkatan pada loyalitas pelanggan, secara logika jika kualitas pelayanan terjadi peningkatan sehingga pelanggan menjaga suatu hubungan dengan perusahaan bersangkutan. Semakin tinggi kualitas pelayanan oleh Rusa.co *Coffeshop and Beverages* di Kabupaten Lumajang semakin besar pula kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian berulang sehingga mendapatkan loyalitas pelanggan, begitupun sebaliknya jika mengalami penurunan kualitas pelayanan pada Rusa.co *Coffeshop and Beverages* di Kabupaten Lumajang maka akan menjadi faktor penghambat pelanggan melakukan loyalitas.
2. Kepuasan Pelanggan sebagai variabel bebas X2 berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan terbukti memiliki pengaruh pada Loyalitas Pelanggan. Maka dengan demikian semakin terjaga dengan meningkat dapat menciptakan kelayakan, dengan begitu pelanggan akan melakukan repetisi pembelian pada Rusa.co *Coffeshop and Beverages* di Kabupaten Lumajang. Kepuasan pelanggan

menjadi komponen penting dalam pembentukan loyalitas pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh pengaruh besar kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada Rusa.co *Coffeshop and Beverages* di Kabupaten Lumajang.

3. Kepercayaan sebagai variabel X3 berpengaruh yang signifikan pada Loyalitas Pelanggan, Dengan terciptanya kepercayaan akan membuat keterikatan antara perusahaan dengan pelanggan yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan, secara logika jika terjadi kepercayaan satu sama lain maka akan menciptakan rasa ingin menggunakan atau membeli produk dari perusahaan tersebut secara terus menerus karena sudah tercipta kepercayaan. Kepercayaan akan menjadi faktor yang penting untuk membuat pelanggan terus berkunjung dan membeli kembali pada Rusa.co *Coffeshop and Beverages* di Kabupaten Lumajang.
4. Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan yang signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Ini mendukung gagasan apabila sikap dan perilaku pelanggan yang konsisten mendukung merek atau entitas tertentu dibandingkan dengan kompetitor membentuk loyalitas pelanggan. Loyalitas ini ditunjukkan dengan kebiasaan membeli barang atau layanan dari perusahaan yang sama berulang kali. terdapat ikatan emosional antara pelanggan dengan perusahaan yang bersangkutan, pelanggan menjadi senang merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, dan menjadi individu yang menghindari penawaran alternatif.

5.2 Saran

Dalam hal kesimpulan, penulis dapat memberikan rekomendasi saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan selama proses pengambilan keputusan, seperti berikut:

1. Diharapkan untuk memperoleh pemahaman yang meningkat mengenai suatu komponen memiliki memengaruhi loyalitas pelanggan, penelitian selanjutnya diharapkan akan menambah variabel yang tidak dibahas pada penelitian.
2. Penelitian diharapkan mendapat menambah pengetahuan tentang pemasaran dan manajemen, terutama tentang bagaimana kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan pelanggan berkontribusi terhadap pembentukan kesetiaan dari pelanggan.
3. Kepada Rusa.co Coffeshop and Beverages di Kabupaten Lumajang diharapkan. Untuk lebih Dapat memperhatikan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan kepercayaan dalam mengupayakan tingkat loyalitas yang ada pada café Rusa.co Coffeshop and Beverages di Kabupaten Lumajang, agar tetap kompetitif dan berkembang dalam dunia bisnis.
4. Diharapkan penelitian ini dapat membantu pihak yang lainnya dalam memahami pentingnya kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan sebuah produk untuk dapat menaikkan tingkat kesadaran dalam menentukan sebuah produk.