

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini akan menjelaskan kesimpulan secara singkat mengenai hasil dari penelitian serta saran bagi penelitian selanjutnya. Berikut adalah penjelasan yang lebih rinci:

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis satu (H1) memperoleh nilai b_1 sebesar 0.243 bertanda positif dengan nilai probabilitas (*P value*) signifikansi sebesar 0.046 atau lebih kecil dari 0,05 (tingkat alpha) yang artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dua (H2) memperoleh nilai b_2 sebesar 0.277 bertanda positif dengan nilai probabilitas (*P value*) signifikansi sebesar 0.024 atau lebih kecil dari 0,05 (tingkat alpha) yang artinya Kepercayaan Personalitas Wiraniaga berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tiga (H3) memperoleh nilai b_3 sebesar 0.340 bertanda positif dengan nilai probabilitas (*P value*) signifikansi sebesar 0.039 atau lebih kecil dari 0.05 (tingkat alpha) yang artinya Kemenarikan Model Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

4. Berdasarkan uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*P value*) signifikansi 0.000 atau lebih kecil 0.05 sehingga dapat disimpulkan keseluruhan variabel independen (X) yang meliputi Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Personalitas Wiraniaga, dan Kemenarikan Model Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
5. Hasil regresi berganda antara Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Personalitas Wiraniaga dan Kemenarikan Model Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dalam proses perhitungannya dapat diperoleh $Y = 0.113 + 0.243X_1 + 0.277X_2 + 0.340X_3$, yang menjelaskan bahwa:
 - a. Nilai koefisien regresi X_1 (b_1) bernilai positif, yang berarti jika Kualitas Pelayanan semakin puas, maka Loyalitas Pelanggan akan semakin tinggi.
 - b. Nilai koefisien regresi X_2 (b_2) bernilai positif, yang berarti jika Kepercayaan Personalitas Wiraniaga semakin puas, maka Loyalitas Pelanggan akan semakin tinggi.
 - c. Nilai koefisien regresi X_3 (b_3) bernilai positif, yang berarti jika Kemenarikan Model Produk semakin puas, maka Loyalitas Pelanggan akan semakin tinggi.

5.2 Saran

Saran yang diberikan penulis untuk pihak Toko MD ACC maupun peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dari sisi Kualitas Pelayanan: memberikan motivasi kepada karyawan seperti pengarahan sebelum bekerja dan evaluasi setelah bekerja untuk meningkatkan kedisiplinan para karyawan.
2. Dari sisi Kepercayaan Personalitas Wiraniaga: memberikan pengarahan kepada karyawan dalam hal keramahan, kesopanan dan pendekatan secara individual pada saat melayani konsumen.
3. Dari sisi Kemenarikan Model Produk: pemilihan gaya dan desain produk yang mengikuti perkembangan jaman, jenisnya bisa lebih bervariasi misalnya menyediakan tas semi kulit.
4. Bagi peneliti: atas dasar hasil uji koefisien determinasi (R^2), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Personalitas Wiraniaga dan Kemenarikan Model Produk terhadap Loyalitas pelanggan dapat diasumsikan mempunyai pengaruh yang rendah yaitu sebesar 36.10%. Sedangkan sisanya sebesar 63.90% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel independen seperti harga, kualitas produk, merek, kepuasan konsumen maupun variabel lain. Penelitian ini belum sempurna, diharapkan peneliti pada saat penyebaran kuesioner kepada responden akan memberikan jawaban lebih baik.