

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini.

1. Kualitas pelayanan pada toko Bey Kota Kediri

Hasil deskripsi data menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan terdapat sebanyak 79 responden mayoritas berada pada kategori sedang.

2. Loyalitas pelanggan pada toko Bey Kota Kediri

Hasil menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan terdapat sebanyak 51 responden mayoritas berada pada kategori sedang.

3. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Bey Kota Kediri

Hasil uji T diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} = 5,040 > t_{tabel} = 1,984$ (taraf signifikan 5%), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, sedangkan sumbangan nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 206. Hal ini berarti 20,6% dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu 79,4% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu kepuasan, kepercayaan, ikatan emosi, pengalaman dengan perusahaan, nilai (harga dan kualitas), citra toko, kenyamanan dan kemudahan.

B. Saran

1. Bagi Pemilik Toko

Diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pemilik toko untuk tetap mempertahankan kualitas pelanggan serta untuk meningkatkan dan

mempertahankan loyalitas pelanggan tetapi perlu memperhatikan faktor-faktor lain selain kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Akademik

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan dibidang yang sama tentunya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan atau tambahan referensi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan dapat dijadikan wacana untuk melakukan penelitian selanjutnya. Selain itu diharapkan menambah jumlah variabel lain seperti, harga, kualitas produk serta dapat menambah responden untuk jumlah responden yang lebih luas.