

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisis data dan pembahasan menggunakan analisis regresi linear berganda dan dianalisis menggunakan *software* SPSS versi 26.0 hasil penelitian yang menguji pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kualitas pelayanan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian terhadap variabel harga ( $X_1$ ) secara parsial, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Jersey Sport Java karena tingkat signifikansi t hitung 1,121 < t tabel 1,98472 atau signifikansi 0,265 > 0,05.
2. Daru hasil pengujian terhadap variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial, menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Jersey Sport Java karena menunjukkan tingkat signifikansi t hitung 2,614 > t tabel 1,98472 dengan signifikansi 0,010 < 0,05.
3. Dari hasil pengujian terhadap variabel promosi ( $X_3$ ) secara parsial, menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Jersey Sport Java karena menunjukkan tingkat signifikansi t hitung 4,413 > t tabel 1,98472 dengan signifikansi 0,000 < 0,05.
4. Dari hasil pengujian, variabel harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) Jersey Sport Java, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,005. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi sebesar 43,2% sisanya 56,8% di pengaruhi oleh faktor lain.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan saran untuk dijadikan pertimbangan untuk Jersey Sport Java dan juga bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan namun tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Diketahui bahwa dimensi yang mendapat skor paling rendah dari variabel harga adalah “harga toko online jersey sport java lebih murah dari toko perlengkapan olahraga lainnya” dengan nilai rata-rata 4,28% untuk itu perlu diperhatikan kembali kepada toko Jersey Sport Java agar memberikan harga yang lebih murah dari toko lain.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jersey Sport Java. Diketahui bahwa dimensi yang mendapat skor paling rendah dari variabel kualitas pelayanan adalah “penanganan keluhan diberikan dengan baik” dengan nilai rata-rata 4,22% untuk itu kualitas pelayanan kepada Jersey Sport Java perlu diperhatikan agar lebih cepat tanggap untuk menangani keluhan pelanggan.
3. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jersey Sport Java. Diketahui bahwa indikator yang mendapat skor paling rendah dari variabel promosi adalah “saya selalu membeli produk Jersey Sport Java karena sering melakukan promosi melalui shopee dan media sosial lainnya” dengan nilai rata-rata 3,97% untuk itu diharapkan pada Jersey Sport Java untuk lebih memperhatikan frekuensi promosi agar lebih sering membuat promosi yang sesuai harapan pelanggan.
4. Peneliti selanjutnya di harapkan dapat menambah referensi yang mendukung teori-teori yang berkaitan yang akan digunakan dalam penelitian ini, serta menambah wawasan dan pengalaman dalam melakukan penelitian ini.

### 5.3 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jersey Sport Java. Sedangkan, variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jersey Sport Java maka dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

1. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jersey Sport Java. Diketahui indikator harga yang paling tinggi adalah keterjangkauan harga perlu dipertahankan untuk loyalitas pelanggan, dan indikator lain seperti kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing, dan kesesuaian harga dengan manfaat harus diperhatikan karena walaupun variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan tetapi variabel harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Indikator paling tinggi pada variabel kualitas pelayanan adalah kehandalah, maka perlu dipertahankan oleh Jersey Sport Java. Selain indikator kehandalah, indikator bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati perlu diperhatikan oleh Jersey Sport untuk terbentuknya loyalitas pelanggan.
3. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Indikator paling tinggi pada variabel promosi adalah waktu promosi maka perlu dipertahankan dan pemilihan waktu untuk melakukan promosi perlu dipertahankan oleh Jersey Sport Java. Selain indikator waktu promosi, indikator frekuensi promosi, kualitas promosi, kuantitas promosi dan ketetapan dan kesesuaian sasaran promosi perlu diperhatikan oleh Jersey Sport untuk terbentuknya loyalitas pelanggan.