

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian dan analisis pengaruh pada variabel *Service Recovery* (X_1), *Relationship Marketing* (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Service Recovery* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pelanggan pada Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu.
2. *Relationship Marketing* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) konsumen pada Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu.
3. Kualitas Produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) konsumen pada Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu.
4. *Service Recovery* (X_1), *Relationship Marketing* (X_2), Kualitas Produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini dapat diketahui dari uji hipotesis secara bersama-sama (*Simultan*) $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$ ($141.713 > 3.926$). Hal ini dibuktikan dari analisis korelasi $R = 0.855$ (85.5%) dan hampir mendekati 1. Serta koefisien determinasi sebesar $R^2 = 0.732$ atau sekitar 73.2% sedangkan 0.268 atau 26.8% adalah merupakan sumbangan variabel lain yang tidak diteliti.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian faktor yang melakukan mengenai *Service Recovery*, *Relationship Marketing* dan Kualitas Produk, penulis berharap meningkatkan Loyalitas pelanggan dalam memberikan gambaran serta membuat pelanggan tertarik sehingga dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan konsumen pada Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu.

1. *Service Recovery* merupakan faktor yang diperlukan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan bagi para konsumen sehingga seharusnya Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu harus lebih memperhatikan *Service Recovery* kepada pelanggan baik dan maksimal hal ini dikarenakan bahwa pelayanan yang baik dan tepat akan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam melakukan transaksi pada Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu.
2. *Relationship Marketing* adalah bentuk kerjasama dengan pelanggan melalui berbagai informasi dalam penyampaian akan pentingnya apa yang ditawarkan pada Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu maka akan berdampak pada peningkatan, kemudahan serta lebih efisien dalam melakukan sistem kerjasama pada pelanggan serta nilai dalam peningkatan Loyalitas Pelanggan pada Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu.
3. Kualitas Produk sangatlah penting dalam penjualan produk karena dengan kualitas yang baik serta pelayanan yang baik pula akan berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan dalam melakukan transaksi pada Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu dan harus dibarengi dengan ditingkatnya kualitas

produk, pelayanan yang baik, serta kerjasama yang baik dengan pelanggan terutama pada pelanggan Toko Clothing Bumi Ayu kota Bengkulu.

