

BAB V
KESIMPULAN

BAB V

PENUTUP DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian diperoleh nilai tingkat signifikansi 0,000, signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif.
2. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian diperoleh nilai tingkat signifikansi 0,015, signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif.
3. Variabel harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian diperoleh nilai tingkat signifikansi 0,000, signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif.
4. Variabel harga, kualitas layanan, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian diperoleh dengan signifikansi sebesar 0,000, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$).
5. Variabel yang paling mendominasi loyalitas pelanggan adalah citra merek dengan nilai koefisien 0,431
6. Besarnya adjusted R² adalah sebesar 82,7%. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas layanan, dan citra merek mampu mempengaruhi loyalitas pelangga, sedangkan sisanya sebesar 17,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Lasika Production sebaiknya memberikan perhatian lebih kepada ketiga faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu citra merek, kualitas layanan, dan harga karena telah terbukti positif dan signifikan dengan menyumbangkan hasil sebanyak 82,7%.
2. Lasika Production hendaknya mempertahankan citra merek yang dibangun agar terus dijaga dan ditingkatkan lagi dengan cara menjaga hubungan baik dengan rekanan hotel dan event organizer yang telah terjalin. Serta dengan mengikuti pameran – pameran wedding yang diadakan agar nama lasika production semakin dikenal masyarakat.
3. Lasika Production hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan, karena berdasarkan pengujian regresi linier kualitas pelayanan masih adalah variabel yang paling lemah dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu dengan cara mendisiplinkan crew event dipastikan agar kerapian bajunya dengan berseragam resmi ketika menjaga suatu acara atau event, kesopan santunan dan etika crew perlu ditingkatkan ketika berbicara terhadap event organizer maupun dengan para tamu pada acara tersebut serta mendisiplinkan waktu crew berangkat sesuai jadwal yang diberikan event organizer yaitu sebelum suatu acara dimulai.
4. Lasika Production hendaknya meningkatkan kualitas pelayanannya agar sebanding dengan harga yang ditetapkan.
5. Para Peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain seperti promosi, lokasi dan lain sebagainya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian penelitian diharapkan bisa memperoleh hasil yang maksimal.