

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapat di dalam pembahasan dan analisa telah ditemukan pengaruh *7 P, STP* terhadap Loyalitas pada Salon R & D, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Strategi yang telah dijalankan perusahaan salon R&D diantaranya, Strategi *7P* mempengaruhi loyalitas konsumen pada Salon R & D dinyatakan dengan nilai sig sebesar 0,000 dan besar pengaruh sebesar 12,6% sedangkan 87,40% dipengaruhi oleh faktor lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

STP mempengaruhi loyalitas konsumen pada Salon R & D dinyatakan dengan nilai sig sebesar 0,018 dan besar pengaruh hanya sebesar 5,6% sedangkan 94,4% dipengaruhi oleh faktor lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Tentang loyalitas pelanggan mayoritas responden menyatakan “setuju” untuk memberikan rekomendasi kepada teman-teman, sedangkan tidak berpindah salon ada 50% responden.

Kontribusi pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas konsumen memiliki pengaruh sebesar 12,0%, sedangkan sisanya 88,0% dipengaruhi oleh faktor lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Namun penulis melampirkan jurnal yang diperoleh dari Yasid 2006, menyatakan bahwa customer value, customer characteristic, switching barrier, Customer satisfaction, komitmen terhadap pelanggan, garansi jasa dan komunikasi terintegrasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada beberapa saran yang akan diberikan sebagai masukan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan diharapkan dapat bermanfaat perusahaan salon R&D dalam usaha meningkatkan loyalitas pelanggan :

1. Sebaiknya salon melakukan pembaharuan terhadap iklan dengan membuat iklan baik lewat spanduk atau selebaran, hal itu dilakukan agar iklan tersebut dapat dijangkau oleh seluruh kalangan baik dari segi harga, promosi, keramahan para karyawan, dan jasa yang diberikan

2. Mampu meningkatkan jangkauan / segmentasi masyarakat di luar kawasan salon R & D, tidak selalu hanya terbatas di daerah dekat lokasi, dapat memperluas jangkauan dengan strategi membuka cabang baru di lokasi lain.
3. sebaiknya pihak salon memberikan pelatihan kepada para pekerjanya baik pelatihan dalam pekerjaan agar lebih terampil, maupun sikap(keramah tamahan) yang ditampilkan dari seorang pekerja.
4. Dalam mempertahankan konsumen untuk tetap loyal, ,maka dibutuhkan strategi berupa layanan pasca pemberian jasa, dengan memberikan kotak kritik dan saran, dengan cara seperti itu pihak salon mampu mengetahui apa kebutuhan para konsumen, dan dapat menilai sejauh mana kualitas jasa yang diberikan salon tersebut pada konsumen.