

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Pengaruh keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empathy (X_4), dan bukti fisik (X_5), terhadap loyalitas konsumen (Y)”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian variabel keandalan termasuk dalam kategori baik.
2. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian bahwa variabel daya tanggap termasuk dalam kategori baik.
3. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian bahwa variabel jaminan termasuk dalam kategori baik.
4. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian bahwa variabel empathy termasuk dalam kategori baik.
5. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian bahwa variabel bukti fisik termasuk dalam kategori baik.
6. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian bahwa variabel loyalitas konsumen termasuk dalam kategori baik.
7. Keandalan (X_1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan persentase pengaruh sebesar 5,54%.

8. Daya Tanggap (X_2) secara parsial memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) namun tidak signifikan, dengan persentase pengaruh sebesar 0,12%.
9. Jaminan (X_3) secara parsial memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) namun tidak signifikan, dengan persentase pengaruh sebesar 1,96%.
10. Empaty (X_4) secara parsial memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) namun tidak signifikan, dengan persentase pengaruh sebesar 2,02%.
11. Bukti Fisik (X_5) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan persentase pengaruh sebesar 20,87%.
12. Berdasarkan keseluruhan pemaparan analisis perhitungan statistik pada uji korelasi, persamaan garis regresi, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis, dapat diambil kesimpulan bahwa, secara statistik, keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empathy (X_4), dan bukti fisik (X_5), terhadap memiliki korelasi yang sedang dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y), dengan total pengaruh sebesar 27,72%, sedangkan sisanya sebesar 72,28% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah :

1. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan terhadap perusahaan jasa penginapan hotel lainnya sehingga hasil yang akan di dapatakan lebih baik mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang di berikan oleh perusahaan.
2. Selain kualitas pelayanan yang dilakukan, perusahaan sebaiknya melakukan upaya perbaikan terhadap fasilitas, harga dan program-program tertentu agar mendapatkan kepuasan konsumen sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.