

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Nilai signifikansi (α) pada Tangible yang diperoleh dari analisis regresi sebesar 0,416, yang berarti H_0 ditolak karena signifikansi (α) dari faktor Tangible nilainya $< 0,5$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Tangible berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Sierra Café & Lounge.
2. Nilai signifikansi (α) pada Responsiveness yang diperoleh dari analisis regresi sebesar 0,151, yang berarti H_0 ditolak karena signifikansi (α) dari faktor Responsiveness nilainya $< 0,5$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Responsiveness berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Sierra Café & Lounge.
3. Nilai signifikansi (α) pada Emphaty yang diperoleh dari analisis regresi sebesar 0,065, yang berarti H_0 ditolak karena signifikansi (α) dari faktor Emphaty nilainya $< 0,5$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Emphaty berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Sierra Café & Lounge.

4. Pengaruh Tangible, Responsiveness, dan Emphaty terhadap Loyalitas konsumen Sierra Café & Lounge cukup berpengaruh, hal ini terbukti bahwa terdapat pengaruh sebesar 0,018 atau 18% terhadap loyalitas konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki keterbatasan, demikian halnya dengan penelitian ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan dalam mengukur loyalitas konsumen.
2. Penelitian hanya dilakukan di satu restoran saja yaitu Sierra Café & Lounge.

5.3 Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas maka untuk penelitian selanjutnya, hal yang perlu diperhatikan adalah :

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan dengan memilih restoran-restoran lainnya disamping Sierra Café & Lounge, serta dapat dilakukan juga di tempat lain selain restoran.