

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan yang telah dilakukan di bab sebelumnya, maka peneliti menyusun kesimpulan berdasarkan pembahasan tersebut, berupa:

1. Variabel *Service Quality* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Relationship Quality*
2. Variabel *Relationship Quality* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Customer Loyalty*.
3. Variabel *Service Quality* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Customer Loyalty* .

Dengan demikian perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas layanan dan hubungannya dengan harapan dapat meningkatkan loyalitas konsumennya, meskipun dalam penelitian ini pengaruh tersebut tidak termasuk sangat kuat namun tetap menjadi salah satu faktor utama penentu keberhasilan perusahaan, sehingga tidak dapat diabaikan.

#### 5.2. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan atau keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini terutama adalah dalam hal waktu serta biaya, dimana tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti secara lebih mendetail dan lebih komparatif.

#### 5.3. Saran

Peneliti menyarankan agar perusahaan lebih memperhatikan *Service Quality* dan *Relationship Quality* karena telah terbukti memiliki pengaruh yang

kuat terhadap terbentuknya Loyalitas Konsumen. Jika perusahaan tidak mampu memberikan kedua kualitas tersebut maka besar kemungkinan konsumen akan berpindah kepada pesaing karena merasa tidak diperhatikan atau diberikan layanan yang sesuai dengan harapan atau ekspektasi mereka.

Peneliti agar peneliti selanjutnya menambah variabel penelitian agar hasil penelitian dalam lebih komparatif artinya dapat lebih banyak membandingkan pengaruh antar variabelnya. Adapun variabel-variabel yang dianjurkan oleh peneliti adalah *management quality*, *word of mouth*, *e-word of mouth*, *customer satisfaction*, *brand image*, *service image*, *relationship image*, dan lain-lain.

