

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung (mediasi faktor pendorong Program Loyalty dan Company Loyalty pada Perilaku Konsumen (studi pada: Member Gym Celebrity Fitness PVJ Bandung). Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Company Commitment* berpengaruh pada *Company Loyalty*.
2. *Company trust* memiliki berpengaruh pada *Company Loyalty*.
3. *Company Satisfaction* berpengaruh pada *Company Loyalty*.
4. *Program Social Benefit* berpengaruh pada *Program Loyalty*.
5. *Program Special Treatment* berpengaruh pada *Program Loyalty*.
6. *Program Value* berpengaruh pada *Program Loyalty*.
7. *Company Loyalty* berpengaruh pada perilaku konsumen
8. *Program Loyalty* berpengaruh pada perilaku konsumen.
9. *Company commitment, company trust, company satisfaction* berpengaruh pada perilaku konsumen yang dimediasi oleh *company loyalty*
10. *Social benefit, special treatment, program value* berpengaruh pada perilaku konsumen yang dimediasi oleh *program loyalty*

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, dapat diberikan saran dalam implikasi manajerial sebagai berikut :

Untuk menjaga loyalitas konsumen yang berdampak pada perilaku konsumen, pihak Celebrity Fitness senantiasa memberikan pelayanan dengan berbagai macam program

yang tepat bagi konsumen sehingga mereka memiliki kepuasan dan kenyamanan dengan menjadi member di Celebrity Fitness Paris Van Java ini. Contoh :Berikan banyak manfaat kepada pelanggan dengan memberikan berbagai macam program kepada member agar mampu meningkatkan loyalitas mereka sehingga tidak beralih ke pesaing.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini tentunya peneliti memiliki keterbatasan-keterbatasan yang tidak dapat dilakukan. Keterbatasan tersebut antara lain :

1. Jumlah sampel hanya berjumlah 155 yaitu 5 kali indikator pernyataan sehingga metode pengujian validitas hanya menggunakan korelasi. Metode pengujian korelasi ini hanya mampu membandingkan indikator dengan variabel itu sendiri tanpa membandingkan dengan variabel lainnya.
2. Dalam kuesioner tidak ada profil responden yang menunjukkan kriteria sampel yaitu member Celebrity Fitness PVJ Bandung.
3. Penelitian ini menggunakan satu objek penelitian yaitu Member di Celebrity Fitness Paris Van Java Bandung, sehingga hanya dapat berlaku pada kasus ini dan tidak dapat digeneralisasikan pada objek lain.

5.4 Saran

1. Penelitian selanjutnyasebaiknya meningkatkan jumlah sampel yaitu minimal 10 kali indikator pernyataan
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan metode pengujian validitas *Confirmatory Factor Analysis*
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya ada profil responden yang menunjukkan kriteria sampel agar lebih ketepatan dan keakuratan sasaran responden dalam menjawab.

4. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan objek penelitian lainnya, sebagai contoh: *program loyalty* untuk restoran, tempat cuci mobil, atau jenis produk lainnya sehingga penerapan strategi *program loyalty* dan *company loyalty* dapat lebih dapat digeneralisasi.