

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pengolahan data penelitian dengan judul Pengaruh Program *Membership Card* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Minimarket Assanda Kudus), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil statistik program *membership card* terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,395 > 1,984$) dan tingkat sig. ($0,000 < 0,05$), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel program *membership card* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Assanda Kudus. Hal ini berarti dengan penawaran dan keuntungan yang diberikan kepada pelanggan yang menggunakan *membership card* maka pelanggan akan sering melakukan pembelian di Minimarket Assanda Kudus, hal ini otomatis mendorong sikap kesetiaan dari pelanggan dan hal tersebut akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.
2. Hasil statistik kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,539 > 1,984$) dan tingkat sig. ($0,013 < 0,05$), maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Assanda Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan pada Minimarket Assanda Kudus ditingkatkan atau Minimarket Assanda Kudus dapat memberikan pelayanan yang diharapkan pelanggan yang meliputi *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* yang menjadi tolak ukur pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan maka akan berdampak pada rasa puas yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan, hal ini juga otomatis berdampak pada pembelian berulang dan membentuk suatu rekomendasi produk atau kualitas pelayanan hingga terciptanya loyalitas pelanggan.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada Minimarket Assanda Kudus dan peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Minimarket Assanda Kudus:
 - a) Meskipun Minimarket Assanda Kudus memiliki banyak pelanggan setia, pihak Minimarket Assanda Kudus harus selalu meningkatkan dan menambah banyak penawaran dari program *membership card* yang diberikan kepada pelanggan sehingga lebih variatif. Hal ini bertujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menghindari pergantian pelanggan.
 - b) Minimarket Assanda Kudus harus terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang akan membuat pelanggan semakin nyaman dan akan selalu setia berbelanja di Minimarket Assanda Kudus.
2. Bagi peneliti selanjutnya:
 - a) Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan faktor atau variabel penelitian yang lebih luas lagi karena masih banyak faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.
 - b) Peneliti perlu menggunakan metode penelitian yang lain, agar kajian mengenai topik yang diteliti lebih mendalam.

