

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand awareness*, *service quality*, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk Rabbani cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara. Sampel dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan menggunakan *Sampling Insidental* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, hal ini berarti siapa saja yang secara kebetulan atau *Insidental* bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel apabila dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Berdasarkan pengolahan data statistik yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil statistik *brand awareness* terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai t hitung ( $2,081 > 1,985$ ) dan tingkat sig. ( $0,040 < 0,05$ ). Maka H1 diterima dan Ho ditolak. Artinya variabel *brand awareness* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Rabbani cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara.
2. Hasil statistik *service quality* terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai t hitung ( $3,460 > 1,985$ ) dan tingkat sig. ( $0,001 < 0,05$ ). Maka H2 diterima dan Ho ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *service quality* terhadap loyalitas pelanggan pada produk Rabbani cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara.
3. Hasil statistik kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai t hitung ( $2,240 > 1,985$ ) dan tingkat sig. ( $0,027 < 0,05$ ). Maka H3 diterima dan Ho ditolak. Hal ini berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Rabbani cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara. Kemudian dilihat dari nilai *R Square* sebesar 0,386. Hal ini berarti 38,6% variabel loyalitas pelanggan (Y) dapat

dijelaskan oleh variabel independen yaitu *brand awareness* ( $X_1$ ), *service quality* ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ). Sedangkan sisanya 61,4% ( $100\% - 38,6\% = 61,4\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab atau faktor yang lain diluar model.

## B. Saran-saran

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

1. Bagi Pihak Rabbani
  - a. Meskipun merek Rabbani terkenal di Indonesia hingga ke luar negeri, pihak Rabbani harus selalu berusaha menetapkan dan mempertahankan standart kualitas tinggi dari pesaing busana muslim yang bermunculan.
  - b. Perusahaan Rabbani harus terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang akan membuat pelanggan semakin nyaman dan akan selalu setia pada produk merek Rabbani.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Peneliti kemudian dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti inovasi produk, *brand image*, dan harga produk.
  - b. Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan dalam menguji *brand awareness*, *service quality*, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan skala besar dalam hal sampel dan jenis perusahaan.