

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Yuka Frozen Food di Kecamatan Jogorogo, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Yuka Frozen Food di Kecamatan Jogorogo. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas tidak dapat dikatakan menjadi pelanggan yang loyal, karena loyalitas dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar kepuasan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Yuka Frozen Food di Kecamatan Jogorogo. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan terhadap Yuka Frozen Food.
3. Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Yuka Frozen Food

di Kecamatan Jogorogo. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Yuka Frozen Food Jogorogo

Diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, terutama pada aspek yang masih memperoleh penilaian rendah dari responden. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan melalui pelayanan yang lebih cepat, ramah, responsif terhadap keluhan pelanggan, serta menjaga ketersediaan produk dan kualitas produk yang ditawarkan.

2. Pelaku Usaha Frozen Food lainnya

Diharapkan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan.

3. Program Studi Pendidikan Ekonomi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah referensi dan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada UMKM.

4. Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti harga, kualitas produk, citra merek, promosi, lokasi, maupun kepercayaan pelanggan.