

untuk pengunjung-pengunjung yang kesulitan dalam mencari produk yang diinginkan agar mereka mendapatkan kepuasan atas jasa yang dibelinya dan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang.

3. Kepada peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktot-faktor yang mempengaruhi loyalitas.

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara individual menunjukkan bahwa variabel produk (X_1) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Butik Busana Muslim Nabawi Semarang. Terlihat t hitung (-1,015) < t tabel (2,014) yang berarti produk tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Butik Busana Muslim Nabawi Semarang.
2. Hasil pengujian secara individual menunjukkan bahwa variabel tempat (X_2) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Butik Busana Muslim Nabawi Semarang. Terlihat t hitung (1,981) < t tabel (2,014) yang berarti tempat tidak

mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Butik Busana Muslim Nabawi Semarang.

3. Hasil pengujian secara individual menunjukkan bahwa variabel harga (X_3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Butik Busana Muslim Nabawi Semarang. Terlihat t hitung (1,334) < t tabel (2,014) yang berarti harga tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Butik Busana Muslim Nabawi Semarang.
4. Hasil pengujian secara individual menunjukkan bahwa variabel promosi (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Butik Busana Muslim Nabawi Semarang. Terlihat t hitung (2,602) > t tabel (2,014) yang berarti promosi mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Butik Busana Muslim Nabawi Semarang.
5. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan yang terdiri dari produk (X_1), tempat (X_2),

harga (X_3), dan promosi (X_4) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada butik busana muslim Nabawi Semarang, dimana nilai f hitung 5,484. Pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$, nilai f hitung tersebut signifikan, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

1.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Kepada pemilik butik busana muslim Nabawi hendaknya berusaha senantiasa mempromosikan produknya harus lebih baik lagi agar dapat membuat para konsumen tertarik dengan promosi produk pada Butik Nabawi Semarang karena promosi berperan penting untuk bisa mendapatkan pelanggan yang loyal.
2. Kepada karyawan hendaknya selalu tanggap dengan segala kebutuhan pengunjung serta lebih cepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan, khususnya