

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebanyak tiga hipotesis. Kesimpulan dari ketiga hipotesis tersebut adalah sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan menghasilkan t hitung sebesar 3,259 dan signifikansi sebesar 0,002. T hitung  $3,259 >$  (lebih dari) t Tabel yang nilainya 1,327 dengan tingkat signifikansi  $0.002 <$  (kurang dari) 0,05, maka dapat diketahui bahwa hepotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pernyataan H1 **diterima**.
2. Variabel harga menghasilkan t hitung sebesar 2,726 dan signifikansi sebesar 0,009. T hitung  $2,726 >$  (lebih dari) t Tabel yang nilainya 1,166 dengan tingkat signifikansi  $0.009 <$  (kurang dari) 0,05, maka dapat diketahui bahwa hepotesis yang menyatakan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pernyataan H2 **diterima**.
3. Variabel lokasi menghasilkan t hitung sebesar 5,674 dan signifikansi sebesar 0,000. T hitung  $5,674 >$  (lebih dari) t Tabel yang nilainya 1,347 dengan tingkat signifikansi  $0.000 <$  (kurang dari) 0,05, maka

dapat diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pernyataan H3 **diterima**.

## 5.2 Saran

### 1. Bagi Pimpinan Mega Syari'ah Semarang

Mengingat ketiga faktor yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi, karena ketiganya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Pimpinan Mega Syari'ah Semarang, maka sebaiknya baik pengelola, staf, karyawan dan elemen-elemen di Pimpinan Mega Syari'ah Semarang, memperhatikan ketiga faktor tersebut.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti berikutnya diharapkan bisa menambah variabel yang lainnya. Sebab variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang peneliti gunakan sebagai variabel bebas hanya memiliki kontribusi sebesar 70,3% variasi dari loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi dari ke tiga variabel independent yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi sedangkan sisanya 29,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Misalnya seperti Promosi, Penambahan Fasilitas untuk Ibadah, dan faktor lain yang menjadi faktor terciptanya loyalitas pelanggan.

### 5.3 Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang dengan rahmat dan hidayat-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PENGINAPAN MEGA SYARI’AH SEMARANG”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan keharibaan penghulu orang-orang beriman bertaqwa Rasulullah SAW yang membimbing kita dari zaman kebodohan ke zaman yang penuh ilmu.

Meskipun penulis sudah berusaha sebaik mungkin dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan karena keterbatasan yang ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk kebaikan bersama.

Akhirnya dengan memanjatkan do’a mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bagi diri penulis sendiri. Selain itu juga mampu memberikan hasanah ilmu yang positif bagi keilmuan Ekonomi Islam.