

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Variabel bauran pemasaran (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada butik busana muslim Kota Semarang. Terlihat t hitung (2,454) > t tabel (1,661) yang berarti bauran pemasaran mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada butik busana muslim Kota Semarang. Variabel bauran pemasaran (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada butik busana muslim Kota Semarang. Terlihat F hitung (6,023) > F tabel (3,938) yang bauran pemasaran mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada butik busana muslim Kota Semarang.
2. Jadi diantara produk, harga, lokasi, dan promosi yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah bagian produk.

5.2 Saran

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

1. Bagi pemilik Busana Muslim hendaknya berusaha senantiasa meningkatkan keragaman produk terutama pada ketersediaan produk secara lengkap baik

dalam merek, ukuran, dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

2. Bagi karyawan hendaknya selalu tanggap dengan segala kebutuhan pengunjung serta lebih cepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan, khususnya 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. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktot-faktor yang mempengaruhi loyalitas.