

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan serta jawaban dari identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan Screamous Clothing dinilai baik oleh responden dengan penilaian rata-rata sebesar 3,75. Penilaian tertinggi terdapat pada sub variabel karyawan Screamous cepat tanggap dalam melayani konsumen dengan penilaian rata-rata sebesar 3,88. Disisi lain penilaian terendah terdapat dimana sub variabel Screamous Shophouse nyaman dengan penilaian rata-rata sebesar 3,47.
2. *Brand image* Screamous Clothing dinilai baik oleh responden dengan penilaian rata-rata sebesar 3,76. Penilaian tertinggi terdapat pada sub variabel nama merek Screamous Clothing identik dengan dunia fashion dengan penilaian rata-rata sebesar 3,83. Disisi lain penilaian terendah terdapat pada sub variabel slogan "*Screamous For Daily Use*" sesuai dengan kenyataan dengan penilaian rata-rata sebesar 3,72.
3. Loyalitas konsumen Screamous baik terlihat dari penilaian rata-rata sebesar 3,80. Penilaian tertinggi terdapat pada sub variabel konsumen bersedia merekomendasikan kepada saudara atau teman untuk berbelanja di Screamous dengan penilaian rata-rata sebesar 3,86. Disisi lain penilaian terendah terdapat pada sub variabel konsumen tidak berminat terhadap tawaran produk pesaing dengan penilaian rata-rata sebesar 3,74.

4. Hipotesis H1 yaitu ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Screamous Clothing dapat diterima dengan pertimbangan $t_{hitung} = 2.249 > t_{tabel} = 1,65259$ dan signifikan dengan $p < 0,05$.
5. Hipotesis H2 yaitu ada pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap loyalitas konsumen Screamous Clothing dapat diterima dengan pertimbangan $t_{hitung} = 8.424 > t_{tabel} = 1,65259$ dan signifikan dengan $p < 0,05$.
6. Berdasarkan hasil output uji hipotesis secara statistik terdapat hubungan antara variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (brand image) terhadap Y (loyalitas konsumen). Maka hipotesis H1 dan H2 diterima. Dengan hasil koefisien determinasi (kd) pada tabel Model Summary dapat disimpulkan bahwa variabel Loyalitas Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* sebesar 49,6% sedangkan sisanya sebesar 50,4% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti.
7. Berdasarkan fenomena di Bab I dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang kemungkinan menyebabkan komplain karena terbukti kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa masih perlu adanya peningkatan terhadap kualitas pelayanan pada Screamous khususnya

dalam kenyamanan di dalam Screamous Shophouse yang menghasilkan skor terendah yaitu 3,47. Sehingga konsumen lebih nyaman saat berbelanja di Screamous Shophouse.

2. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa perlu adanya peningkatan dalam brand image khususnya dalam slogan “Screamous For Daily Use” yang menghasilkan skor terendah yaitu 3,72. Sehingga memudahkan konsumen dalam memahami produk agar tertarik dengan produk yang dipasarkan.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa perlu adanya peningkatan dalam loyalitas konsumen khususnya dalam memberikan referensi atau anjuran kepada orang lain yang menghasilkan skor sebesar 3,74 agar dapat menjaga dan mempertahankan konsumennya.
4. Berdasarkan fenomena kualitas pelayanan perlu ditingkatkan.