

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Dari analisis dan pembahasan yang digunakan sesuai pada hipotesis pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Citra Perusahaan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Markas Ranjau Mojosari secara positif dan signifikan.
2. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Markas Ranjau Mojosari secara positif dan signifikan.
3. Terdapat pengaruh antara Citra Perusahaan dan Kualitas pelayanan secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Markas Ranjau Mojosari secara positif dan signifikan.

B. SARAN

1. Karena Citra Perusahaan Berpengaruh secara Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen maka hendaknya Untuk meningkatkan citra perusahaan diharapkan dengan melakukan Kegiatan kegiatan sosial misalnya memberikan diskon kepada kepada konsumen yang sering melakukan pembelian ulang atau pelanggan setia.
2. Karena Kualitas Pelayanan Berpengaruh secara Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen maka hendaknya menambahkan fasilitas seperti kotak saran di bagian depan sebagai tempat menampung kritik dan saran

yang di berikan langsung oleh konsumen untuk bisa meningkatkan kualitas pelayanan sesuai keinginan para konsumen.

3) Untuk lebih meningkatkan loyalitas konsumen perlu ditingkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen seperti, mengurangi waktu tunggu konsumen dalam produk yang dipesan dan menyediakan tempat tunggu yang nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adona, F. (2006). *Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Andalas University Press.
- Aprisia, G., & mayliza, R. (2019). *Pengaruh Citra Perusahaan (Corporate Image) Dan Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Loyalty) Natasha Skin Care Di Kota Padang*. 1–13. <https://doi.org/10.31219/osf.io/qbnyr>
- Azwar. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi edisi 2*. Pustaka Belajar.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*. 3, 14–34. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi 5*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Anderson, R. ., & W.C, T. &. (1998). *Multivariate Data Analysis*. NJ : Prentice Hall.
- Hamdani, & Lupiyoadi. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Kedua)*. PT. Salemba Empat.
- Harrison, S. (1995). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Hasan, A. (2008). *Marketing, Media Utama, Yogyakarta*.
- Hidayat, R. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. V tahun 2009.
- Hurriyati, R. (2005a). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Edisi 1*. Alfabeta.
- Hurriyati, R. (2005b). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit Alfabeta.
- Janosik, S. M. (2005). Contoh Kuesioner. *NASPA Journal*, 42(4), 1.
- Kardani, D., & Sugianingrat, I. (2016). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada Pt.Bpr Jaya Kerti Mengwi Badung. *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, 6(2), 101346.
- Kasali, R. (2003). *Manjemen Public Relations & Aplikasinya Di Indonesia*. Graffiti.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Nggaur, D. A. (2018). Pengaruh Harga, Suasana Cafe, Dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator. *Journal of Administration Bussiness*, 53(9), 1689–1699.
- Parasuraman, A, Z. V, & Jo, B. M. (1996). *Delivery Quality Service*. Free Press.
- Parto Purba, R. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jom Fisip*, 4(1), 1–13.
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas. Edisi pertama*. EKONISIA.
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Alfabeta.
- Robinson, S. (1999). *Measuring Service Quality : Current Thinking and Future Requirements*. Marketing Intelligence Planning.
- Sugiarto. (2002). *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiat, J. (2019). *PERSPEKTIF : Jurnal Ilmu Administrasi ISSN : PERSPEKTIF : Jurnal Ilmu Administrasi ISSN : A . Pendahuluan Pertumbuhan ekonomi suatu Negara dapat ditandai dengan pertumbuhan industri perbankan yang ada dalam Negara tersebut . Semakin berkembang industri pe*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sutisna. (2001). *perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Suwandi, I. M. D. (2010). *Citra Perusahaan, Seri Manajemen Pemasaran*.
- Tjandra, O., Andirana, G. E., Kaihatu, T. S., & Nugroho, A. (2005). *Analisa Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perantara di Restoran Boncafe Surabaya*. 2014, 37–51.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran cetakan kelima*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing : Esensi & Aplikasi*. Markenis, Yogyakarta.