

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

- 5.1.1. Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai *P value* sebesar 0,000 maka berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Konsumen (Y),
- 5.1.2. Digital Marketing (X2) memiliki nilai *P value* sebesar 0,038 maka berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Konsumen (Y),
- 5.1.3. Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai *P value* 0,000 maka berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen (Z)
- 5.1.4. Digital Marketing (X2) memiliki nilai *P value* 0,000 maka berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen (Z),
- 5.1.5. Kepuasan Konsumen (Z) memiliki nilai *P value* 0,000 maka berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Konsumen (Y) sebagai variabel mediasi
- 5.1.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dengan Loyalitas Konsumen (Y) dimediasi Kepuasan Konsumen (Z) memiliki nilai *P value* 0,032 maka dinyatakan memiliki pengaruh tidak langsung.
- 5.1.7. Pengaruh Digital Marketing (X2) dengan Loyalitas Konsumen (Y) dimediasi Kepuasan Konsumen (Z) memiliki *P value* 0,005 maka dinyatakan memiliki pengaruh tidak langsung.

5.2. Saran

5.2.1. Perusahaan

Untuk melakukan promosi ke warga dengan metode datang ke Ibu – Ibu Komunitas atau kegiatan sosial kemasyarakatan, untuk mempromosikan bioskop kepada mereka sebagai sarana hiburan dan edukasi anak

5.2.2. Akademi

Untuk peneliti selanjutnya untuk menambah variabel – variabel yang lain untuk melihat seberapa perannya bioskop buat remaja dan anak – anak sekolah