

## **BAB V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa pada variabel harga dinyatakan berpengaruh tetapi tidak terjadi signifikan secara parsial antara variabel Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,068. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut hal ini menunjukkan bahwa Harga belum menjamin untuk membuat para konsumen Rustic Market Café melakukan kunjungan kembali.
2. Hasil pengolahan data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Diskon Penjualan terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut hal ini menunjukkan bahwa Diskon Penjualan dapat meningkatkan pengunjung terhadap Rustic Market Café.
3. Hasil pengolahan data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Brand Awareness terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut hal ini menunjukkan bahwa Brand Awareness mampu meningkatkan pengunjung Rustic Market Cafe melalui sosial media marketing.
4. Hasil pengolahan data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara simultan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel yang terdiri dari harga (X1), diskon penjualan (X2), dan brand awareness (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) . Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel harga (X1), diskon penjualan (X2), dan brand awareness (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (Y) pada Rustic Market café Surabaya terbukti kebenarannya secara empiris.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik bisnis cafe pada umumnya. Ada pun saran yang diberikan antara lain :

1. Seluruh variabel yang digunakan dalam meneliti ataupun merisetkan pemasaran khususnya di bidang kuliner adalah hal yang mutlak penting, maka dari itu setiap

komponen komponen yang ada harus dimaksimalkan dengan sebaik baiknya agar dapat menaikkan citra ataupun nama dari bisnis tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan topik yang sama, khususnya antara variable yang tidak signifikan yaitu Harga (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

