

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian pada bab 4 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dimana nilai signifikansi  $X1 = 0,003 < 0,05$ . Hal ini dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan soto ayam di Surabaya.
- 2) Kualitas Layanan (X2) berpengaruh signifikansi Loyalitas Pelanggan (Y). Dimana nilai signifikan  $X2 = 0,038 < 0,05$ . Hal ini dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan soto ayam di Surabaya.
- 3) Lokasi (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dimana nilai signifikansi  $X3 = 0,00 < 0,05$ . Hal ini dapat dikatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan soto ayam di Surabaya.
- 4) Variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Lokasi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.

### 5.2 Saran

1. Bagi Peneliti  
Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih mendalami variabel lain seperti *cross selling*, *suggestive selling*, *atmosphere cooperation* untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan untuk melengkapi penelitian sebelumnya.
2. Bagi Perusahaan  
Diharapkan bagi para owner soto ayam di Surabaya mempertahankan kualitas produk yang baik dan meningkatkan kualitas layanan yang menjadikan dasar dari terbangunnya keloyalitan pelanggan yang baik yang menjadikan konsumen tetap memutuskan kembali lagi dan melakukan pembelian ulang di soto ayam tersebut.