

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan pada data yang didapat dilapangan dan dioleh kembali pada pengujian menggunakan SPSS tentang pengaruh *responsiveness*, *personal selling* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Studio Photo dan Video Shooting Gemilang Photo Bangka Selatan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Responsiveness* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo Bangka Selatan, hal ini dilihat dari hasil analisis uji T pada variabel *responsiveness*, yaitu dengan $T_{hitung} 3,990 > T_{tabel} 1,66071$ dan nilai signifikan = $0,000 < 0,05$.
2. *Personal selling* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo Bangka Selatan, hal ini dilihat dari hasil analisis uji T pada variabel *Personal selling*, yaitu dengan $T_{hitung} 3,931 > T_{tabel} 1,66071$ dan nilai signifikan = $0,000 < 0,05$.
3. Kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo Bangka Selatan, hal ini dilihat dari hasil analisis uji T pada variabel Kualitas produk, yaitu dengan $T_{hitung} 5,450 > T_{tabel} 1,66071$ dan nilai signifikan = $0,000 < 0,05$.

4. *Responsiveness, Personal Selling* Dan Kualitas Produk secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo Bangka Selatan, hal ini dilihat dari hasil analisis uji F pada variabel *Responsiveness, Personal Selling* dan Kualitas produk, yaitu dengan $F_{hitung} 57,263 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikan $= 0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Melihat dari pada hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan ada beberapa yang penulis ingin sampaikan sebagai saran:

1. Untuk peneliti selanjutnya

Dapat mengembangkan atau melakukan penelitian lebih mendalam mengenai apa saja yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan diluar variabel *Responsiveness, Personal Selling* Dan Kualitas Produk, sehingga dapat menjadi referensi bagi banyak pihak. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat memberikan lebih banyak lagi informasi mengenai loyalitas pelanggan.

2. Untuk Studio Photo dan Video Shooting Gemilang Photo Bangka Selatan

- ❖ Berdasarkan pada hasil penelitian *Responsiveness*, tingkat responsibility yang dirasakan oleh pelanggan sudah cukup memuaskan yang dapat dilihat dari hasil uji validitas yang dengan angka rata-rata sebesar 4,40 dan berdasarkan rentang skor berada pada interval 4,21-5,00 yang berarti masuk dalam kategori penilaian sangat tinggi. Maka

dari itu penting untuk studio photo dan video photo shooting gemilang photo dalam menjaga responsibility terhadap pelanggan.

- ❖ Berdasarkan pada hasil penelitian Personal selling, peran seorang pemasar sangatlah penting, mengingat mereka dapat menjemput pelanggan yang tidak dapat menjangkau perusahaan, mereka yang mempunyai keterbatasan waktu dan ruang. Untuk itu kepada studio photo dan video shooting gemilang photo berikan apresiasi kepada mereka. Melihat dari hasil uji validasi yang dilakukan dari survey yang dilakukan menunjukkan angka rata-rata sebesar 4,44 yang termasuk dalam kategori penilaian yang sangat tinggi yang diberikan oleh responden.
- ❖ Berdasarkan pada hasil penelitian Kualitas produk, jaga dan tingkatkan terus kualitas produk yang ditawarkan kepada para konsumen. Walaupun dalam penelitian ini responden memberikan penilaian yang cukup tinggi terhadap kualitas produk yang selama ini mereka gunakan, melihat dari hasil uji validitas dengan sebesar 4,32 yang termasuk dalam kategori penilaian yang tinggi dengan rentan skor pada interval 4,21-5,00. Penting untuk meningkatkan dan pertahankan kualitas produk guna memberikan kepuasan kepada pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.
- ❖ Berdasarkan pada hasil penelitian, kepada studio photo dan video shooting gemilang photo jaga satu dan kesatuan dari responsiveness, personal selling dan kualitas produk yang baik, melihat dari hasil

analisis uji determinasi(R^2) menunjukkan sebesar 63,7% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh atau ditentukan oleh variabel responsiveness, personal selling dan kualitas produk. Tingkatkan terus kualitas pelayanan, tenaga pemasar dan kualitas produk lebih baik lagi, berikan yang terbaik kepada para pelanggan dimana loyalitas pelanggan akan memberikan jaminan untuk keberlangsungan dalam jangka panjang kepada perusahaan.

