

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian ini dapat dapat dikumpulkan beberapa poin yang menjadi solusi dari permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Todayshoescleaning Kota Jambi saat ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini menguji bagaimana harga mempengaruhi loyalitas konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi dengan menggunakan *SmartPLS 4*. Temuan analisis menunjukkan bahwa, di Todayshoescleaning Kota Jambi, harga secara signifikan dan positif mempengaruhi loyalitas konsumen. Semua indikasi variabel harga menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti harga terjangkau, harga sesuai kualitas, manfaat produk, dan daya saing dianggap sebagai cara yang sah dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai produk dapat meningkatkan minat dan loyalitas konsumen.
- b. Penelitian ini meneliti bagaimana promosi mempengaruhi loyalitas konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi dengan menggunakan *SmartPLS 4*. Temuan analisis menunjukkan bahwa, di Todayshoescleaning Kota Jambi, promosi secara signifikan dan positif mempengaruhi loyalitas konsumen. Indikator promosi meliputi memberikan informasi, membujuk/mempengaruhi, menciptakan citra, dan alat untuk mencapai

tujuan menunjukkan validitas masing-masing metrik dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bagaimana rencana pemasaran yang menarik dan sukses dapat menjadi instrumen yang berharga dan mempengaruhi loyalitas konsumen.

- c. Dampak kualitas pelayanan terhadap realitas konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan *SmartPLS* 4. Temuan analisis menunjukkan bahwa loyalitas konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan. Indikator kualitas pelayanan seperti efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi semuanya valid dan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa salah satu pendorong utama kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau jasa adalah peningkatan kualitas pelayanan.

5.2 SARAN

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, penelitian ini membuat sejumlah rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pemangku kepentingan. Baik rekomendasi teoritis maupun praktis merupakan tujuan dari penelitian ini.

1. Teoritis

- a. Dalam konteks industri jasa, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan hipotesis yang berkaitan dengan hubungan antara loyalitas pelayanan dan tingkat promosi. Untuk memahami komponen yang lebih

kompleks, penelitian di masa depan diharapkan dapat memasukkan variabel lain seperti kebahagiaan konsumen atau pengalaman konsumen.

- b. Peneliti selanjutnya akan melakukan penelitian kuantitatif dengan metode statistik pemodelan persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis linear atau AMOS untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam mengenai hubungan antar variable peneliti ini memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dengan menyoroti.
- c. Peneliti ini memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dengan menyoroti pentingnya harga, promosi dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi loyalitas konsumen. Konsep tribusi ini dapat digunakan sebagai referensi akademis pada penelitian-penelitian terkait.

2. Teoritis

a. Bagi Pemilik/ Owner Todayshoescleaning Kota Jambi

- Untuk mempertahankan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan margin keuntungan, pemilik dapat menilai taktik harga yang digunakan agar dapat menarik konsumen, meningkatkan daya saing pasar dan memastikan rencana tersebut terus menghasilkan pendapatan yang cukup untuk mendukung Todayshoescleaning Kota Jambi dalam jangka panjang.
- Menciptakan strategi promosi yang lebih menarik dan berkelanjutan dapat dilakukan dengan beberapa cara, termasuk menawarkan diskon eksklusif untuk menarik konsumen baru dan membuat program loyalitas yang memberikan fasilitas tambahan kepada kosumen setia, dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperkuat hubungan.

- Memenuhi dan bahkan melampaui harapan konsumen dan peningkatan kualitas pelayanan yang konstan, yang merupakan komponen penting. Bisnis dapat menghasilkan pengalaman pelanggan yang positif dan mendorong loyalitas konsumen.

b. Bagi Pelaku Usaha Jasa Lainnya

- Untuk menarik lebih banyak konsumen, meningkatkan loyalitas konsumen, dan membangun persaingan yang ketat di pasar, bisnis dapat mengadopsi rencana penetapan harga yang ekonomis dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang sangat baik dan didukung oleh promosi yang kreatif dan sukses.
- Memodifikasi taktik dan strategi pemasaran yang dikemas secara kekinian dengan beberapa platform digital kontemporer untuk menjangkau pasar yang lebih besar, lebih bervariasi, dan sesuai dengan permintaan dan selera konsumen di dunia digital yang terus berubah dengan cepat.