

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil persamaan koefisien regresi linear berganda diperoleh :

$$Y = 23,271 + 0,326 X_1 + 0,413 X_2$$

Yang berarti :

- a. Konstanta sebesar 23,271 dapat diartikan bahwa Loyalitas pelanggan akan bernilai sebesar 23,271 pada saat Iklan dan Harga tidak diperhatikan oleh perusahaan.
 - b. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,326 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan iklan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,326.
 - c. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,413 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan harga akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,413.
2. Dari nilai R^2 sebesar 0,425. berarti variabel iklan, dan harga dalam penelitian ini, berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Dairy Hotel Sidikalang sebesar 42,5% dan sisanya sebesar 57,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel iklan dan harga.
 3. Setelah dilakukan Uji Hipotesis secara Simultan (Uji – F) diperoleh nilai $F_{hitung} = 20,677$ dan $F_{tabel} = 3,15$, sehingga dapat disimpulkan Variabel iklan dan harga

secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Dairi Hotel Sidikalang..

4. Setelah dilakukan Uji Hipotesis secara parsial (Uji – t,) diperoleh t_{hitung} variabel iklan sebesar 3,271 dan t_{tabel} sebesar 2,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari iklan terhadap loyalitas pelanggan Dairi Hotel Sidikalang. Kemudian untuk uji Hipotesis secara parsial (Uji-t) variabel harga diperoleh t_{hitung} sebesar 4,193 dan t_{tabel} sebesar 2,000. artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari harga terhadap loyalitas pelanggan Dairi Hotel Sidikalang.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa iklan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pihak manajemen Dairi Hotel Sidikalang hendaknya memperhatikan, mempertahankan, bahkan meningkatkan jumlah iklannya. Dengan demikian konsumen akan terus menginap disana, karena konsumen cenderung menggunakan jasa hotel yang sudah dikenal melalui iklan dibandingkan dengan hotel tanpa iklan.
2. Dairi Hotel Sidikalang juga hendaknya mempertahankan dan mengevaluasi harga, karena dengan harga yang mudah dan dapat diterima oleh konsumen,

Dairi Hotel Sidikalang banyak di pergunakan oleh konsumen serta akan meningkatkan kelayakan bagi pelanggan.

3. Bagi peneliti lain yang tertarik meneliti iklan dan harga diharapkan dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian ini dengan menambah beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, karena sebanyak 57,5% loyalitas pelanggan Dairi Hotel Sidikalang dipengaruhi oleh faktor lain diluar faktor iklan dan harga, misalnya faktor kualitas pelayanan, diversifikasi produk, kualitas produk, lokasi dan lain-lain. Dengan adanya kelanjutan dari penelitian ini diharapkan mampu mendapatkan hasil yang lebih signifikan terhadap loyalitas pelanggan di lokasi Dairi Hotel Sidikalang.