

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan :

1. Dari hasil penelitian uji t pada Piltik Kafe *and Homestay* diperoleh hasil bahwa nilai  $t_{hitung} = 4,880 > t_{tabel} = 2,362$  dan probabilitas 0,000 pada tingkat signifikan 5%, oleh karena itu *Relationship Marketing* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini berarti *Relationship Marketing* semakin meningkat maka Loyalitas Pelanggan pada Piltik Kafe *and Homestay* akan semakin meningkat artinya hipotesis diterima.
2. Dari hasil penelitian uji t pada Piltik Kafe *and Homestay* diperoleh hasil bahwa nilai  $t_{hitung} = 6,799 > t_{tabel} = 2,362$  dan probabilitas 0,000 pada tingkat signifikan 5%, oleh karena itu Suasana Kafe berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini berarti Suasana Kafe semakin meningkat maka Loyalitas Pelanggan pada Piltik Kafe *and Homestay* akan semakin meningkat artinya hipotesis diterima.
3. Dari hasil uji F diperoleh bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $96,107 > 3,08$  dengan *level of significant* ( $\alpha$ )  $0,000 < 0,05$  maka variabel *Relationship Marketing* dan Suasana Kafe secara bersama sama (simultan) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pad Piltik Kafe *and Homestay*, artinya hipotesis diterima.

## 5.2 Saran

Saran yang disampaikan dari keseluruhan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa *Relationship Marketing* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pilitik Kafe *and Homestay*, sehingga dibutuhkan usaha untuk meningkatkan *Relationship Marketing* pada kafe, seperti memberikan stimulasi pada kafe bahwa rasa aman pada pelanggan dapat meningkatkan loyalitas sesuai yang diinginkan.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa Suasana Kafe berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sehingga dibutuhkan usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan suasana kafe.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya, yaitu penelitian untuk mengungkapkan lebih jauh variabel *Relationship Marketing* dan Suasana Kafe yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Pilitik Kafe *and Homestay*.