

## BAB V

### Kesimpulan Dan Saran

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan :

1. *Public relation* secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan HILLpark Sibolangit dengan koefisien regresi 0,268. Hal ini menunjukkan jika *public relation* naik satu satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,268. Dengan demikian Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *Public relation* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.
2. Citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan HILLpark Sibolangit dengan koefisien regresi 0,216. Hal ini menunjukkan bahwa, apabila semakin tinggi Citra perusahaan maka akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tersebut dan sebaliknya apabila citra perusahaan rendah maka akan berdampak pada turunnya loyalitas pelanggan.
3. *Public relation* dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 32,5%. Dalam penelitian ini koefisien *public relation* lebih besar dibandingkan koefisien citra perusahaan sehingga *public relation* lebih dominan berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dibandingkan variabel citra perusahaan, maka perusahaan harus memperhatikan yang lebih dominan untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan lebih baik.

## 5.2 Saran

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

1. Hillpark disarankan untuk selalu mengevaluasi dan memperhatikan keluhan para pengunjung seperti lebih sering memeriksa kotak saran, atau dengan cara menanyakan langsung kepada pengunjung apa yang menjadi keluhan mereka.
2. Hillpark perlu meningkatkan *public relation* nya dengan meningkatkan komunikasi yang baik kepada pengunjung, dan memberikan lebih banyak lagi tiket gratis kepada anak panti asuhan dan masyarakat sekitar untuk berkunjung secara gratis ke Hillpark.
3. Hillpark harus meningkatkan citra perusahaan nya dengan memperbaiki pelayanan karyawan kepada pengunjung dan menambah wahana permainan lebih banyak lagi.
4. Bagi peneliti selanjutnya, perlu mempertimbangkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti kualitas pelayanan, promosi, kualitas produk, dan lain-lain.