

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut :

1. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,785 artinya bahwa *Bonding*(X1) *Emphaty*(X2) dan *Trust* (X3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Angka ini berarti bahwa kontribusi variabel *bonding* (X1), *Emphaty*(X2) dan *Trust* (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 78.5% dan sisanya 21.5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. *Bonding* (X1), *Emphaty* (X2), *Trust* (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hasil pengujian diperoleh nilai F 48.551 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel *Bonding* (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,876 terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dan nilai t hitung sebesar 3,869 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa *bonding* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Bonding* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) diterima.
4. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel *Emphaty* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar .517 terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dan nilai t hitung sebesar 3.610 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa

Emphaty (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Emphaty*(X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) diterima.

5. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel *Trust* (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0.90 terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dan nilai t hitung sebesar -520 dengan tingkat signifikansi $0,606 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa *Trust* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Trust* (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) ditolak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. *Bonding* dapat memberikan emosi yang positif kepada pelanggan CV Sintuwu Bangunan, oleh karena itu hendaknya di pertahankan dan membuat suatu inovasi baru yang lebih kreatif sehingga pelanggan merasa puas dengan ikatan yang di berikan CV Sintuwu Bangunan kepada para pelanggannya
2. *Emphaty* dan *Trust* terbukti dengan baik karena kedua variabel tersebut memiliki tugas masing-masing dalam memikat pelanggan. *Emphaty* menarik pelanggan dengan peran yang baik sedangkan kepercayaan menarik pelanggan dengan pelayanan karena memiliki kebaikan hati, memiliki integritas dan produsen mampu memberikan produk yang saya inginkan.

3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lainnya selain *Bonding*, *Emphaty*, *Trust* yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen Loyalitas Pelanggan.

