

## BAB 5 PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dengan didasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang sudah diuraikan, maka kesimpulan yang bisa dibuat yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis, brand awareness berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer loyalty pada fore coffee di Jakarta Selatan.
2. Dengan didasarkan hasil analisis, kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer loyalty fore coffee di Jakarta Selatan.
3. Dengan didasarkan hasil analisis, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer loyalty fore coffee di Jakarta Selatan.
4. Berdasarkan hasil analisis, pada uji validitas untuk variabel Brand Awareness (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan variabel Customer Loyalty (Y) dinyatakan valid karena terbukti bahwa pada setiap pernyataan dari keempat variabel mempunyai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel 0,1966.
5. Berdasarkan uji Koefisien Determinasi terbukti bahwa variabel Brand Awareness (X1), Kualitas produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh sebesar 57,3% terhadap Customer Loyalty (Y). dan sebesar 42,7% oleh sejumlah faktor yang lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.
6. Untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara variabel Brand Awareness (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Customer Loyalty (Y), yang dapat diketahui melalui analisis regresi linier berganda yang dimana pada nilai konstan (a) variabel Y sebesar 17.427, koefisien (X1) sebesar 12.258, koefisien (X2) sejumlah 0.577, dan koefisien (X3) sejumlah 0.690.

## B. SARAN

Dengan didasarkan hasil analisis dan penelitian yang sudah dilaksanakan dan dibuat kesimpulannya, sehingga saran dari penelitian ini yaitu :

1. Dengan didasarkan dari hasil penelitian yang sudah peneliti laksanakan perlu diperhatikan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai signifikan 0,118 dibawah dari *Brand Awareness* sehingga diperlukan peningkatan terhadap pengelola coffee agar dapat meningkatkan *Costumer Loyalty*
2. Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah peneliti laksanakan perlu diperhatikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai nilai signifikan 0,264 dibawah dari *Brand Awareness* sehingga diperlukan peningkatan terhadap pengelola coffee agar dapat meningkatkan *Costumer Loyalty*
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bahwa penelitian di masa depan akan membahas kekurangan-kekurangan dalam penelitian ini dan akan menggunakan lebih banyak teknik pengolahan data dan jumlah sampel yang lebih besar untuk mencapai hasil yang optimal.

