

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis diatas yang dibuat menggunakan alat yaitu *Statistical Program For Social Science* (SPSS) mengenai pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM Hesya Kitchen, sehingga simpulan yang dapat diambil adalah keseluruhan variabel 7P mulai dari *Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence*, dan *Process* membawa pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, artinya semakin baik bauran pemasaran yang dilakukan oleh Hesya Kitchen, maka akan menambah loyalitas pelanggan terhadap Hesya Kitchen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan UMKM Hesya Kitchen. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi penerapan dan pengimplementasian kualitas produk yang dimiliki Hesya Kitchen, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan UMKM Hesya Kitchen. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi penerapan dan pengimplementasian harga yang dimiliki Hesya Kitchen, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan UMKM Hesya Kitchen. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi penerapan dan pengimplementasian promosi yang dimiliki Hesya Kitchen, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tempat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan UMKM Hesya Kitchen. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi penerapan dan pengimplementasian tempat yang nyaman bagi pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa manusia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan UMKM Hesya Kitchen. Hasil tersebut

mengindikasikan bahwa semakin tinggi penerapan dan pengimplementasian pelayanan prima yang dilakukan oleh tim Hesya kitchen maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa Proses memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan UMKM Hesya Kitchen. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi penerapan dan proses bagi pembuatan dan pengantaran yang dilakukan oleh tim Hesya kitchen maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Adapun bauran pemasaran yang memiliki pengaruh terbesar yaitu pada bauran pemasaran product, dimana Hesya kitchen menawarkan variasi jenis produk yang beragam. Untuk bauran pemasaran yang kurang berpengaruh adalah bauran pemasaran process, hal tersebut di dukung dengan pernyataan di dalam kuesioner yang memiliki nilai terendah yaitu bahwa Hesya kitchen belum maksimal dalam melakukan pengiriman produk kepada pelanggan secara cepat dan tepat. Namun, pada variabel proses Hesya Kitchen masih memiliki keunggulan yaitu adanya pemesanan *online* yang memudahkan pelanggan.

V.2 Saran

Melalui pembahasan di atas serta kesimpulan yang didapatkan, dengan ini terdapat beberapa saran yang peneliti berikan agar dapat memaksimalkan dan melengkapi penelitian yang sudah ada untuk lebih baik kedepannya ialah sebagai berikut:

a. Aspek Teoritis

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan lebih luas lagi penelitian ini dengan variabel, lokasi dan obyek yang berbeda sehingga dapat lebih banyak diteliti mengenai aspek yang dapat mempengaruhi seorang pelanggan dalam loyalitasnya terhadap sebuah UMKM. Diharapkan pula peneliti selanjutnya dapat memberikan kebaharuan dalam hal penggunaan referensi text book, jurnal atau artikel lain yang berkaitan.

b. Aspek Praktis

Saran untuk Hesya Kitchen, agar terus bisa meningkatkan kualitas bauran pemasaran dan terus meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi pada pelanggan Hesya Kitchen untuk menciptakan loyalitas pelanggan.