BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan AFA Futsal Kota Sungai Penuh. Adanya harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan layanan, harga yang bersaing dan harga yang sesuai dengan manfaat tentunya akan meningkatkan loyalitas pelanggan AFA Futsal Kota Sungai Penuh
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan AFA Futsal Kota Sungai Penuh. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan tentunya akan meningkatkan loyalitas pelanggan AFA Futsal Kota Sungai Penuh
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga diketahui bahwa fasilitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan AFA Futsal Kota Sungai Penuh. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan oleh AFA Futsal Kota Sungai Penuh tentunya akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian maka implikasi kebijakan yang dapat dilakukan dari hasil penelitian ini adalah yaitu :

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya ilmu manajemen dan juga dapat dipakai sebagai acuan untuk riset-riset mendatang yang akan melakukan kajian-kajian tentang loyalitas pelanggan.

2. Implikasi Praktis

Dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan, direkomendasikan kepada pihak terkait AFA Futsal Kota Sungai Penuh agar melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Menetapkan harga sewa lapangan yang terjangkau oleh masyarakat banyak, harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan serta menetapkan harga yang bersaing
2. Meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa lapangan AFA Futsal Kota Sungai Penuh
3. Melengkapi semua fasilitas-fasilitas yang mendukung dan dibutuhkan oleh pelanggan

5.1 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Adapun keterbatasan pada penelitian dan saran yang dapat penulis sampaikan pada bagian akhir penulisan tesis ini adalah sebagai berikut :

1. Model analisis yang digunakan pada penelitian adalah model regresi berganda, disarankan untuk menggunakan model yang lain seperti *structural equation model* (SEM).

2. Sampel penelitian ini hanya terbatas pada pelanggan AFA Futsal Kota Sungai Penuh yang berjumlah sebanyak 100, disarankan kepada peneliti berikutnya untuk menambahkan jumlah sampel penelitian.
3. Penelitian ini hanya melihat pengaruh pengaruh harga, kepuasan pelanggan, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan AFA Futsal Kota Sungai Penuh, disarankan kepada peneliti berikutnya untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan agar dapat memahami lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
4. Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, dimana responden melakukan pengisian kuisioner sebagai data yang akan dianalisis sehingga hasil yang dipaparkan tidak dilengkapi dengan analisis kualitatif. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif seperti menggunakan teknik wawancara sehingga maksud responden dapat ditangkap dengan sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

Angipora, M. P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Annas, A. N., Arifin, R., & Hufron, M. (2020). Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 43–61.

Dharmesta. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern* (Edisi Kedu). Liberty.

Graha, L. (2018). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Lapangan Graha Futsal Center di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, *5*, 107–111.

Griffin, J. (2011). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* . Jakarta : Erlangga.

Hamdani, & Lupiyoadi, R. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Harumi, S. D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika*, *8*(2), 115–128.

Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.

Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

Kertajaya, H. (2005). *MarkPlus on Strategy, 12 Tahun Perjalanan MarkPlus&Co, Membangun Strategi Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Jakarta : Salemba Empat.

Kotler, P. (2010). *Marketing Management* (Millenium). New Jersey : Prentice Hall International.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi ke-1). Jakarta : Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, dialih bahasakan oleh Benjamin Molan. In *:* (Edisi 12). PT Indeks.

Listyawati, I. H. (2018). Pengaruh kepuasan pelanggan, citra merek, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Handphone Xiaomi di

Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, *9*(1), 37–45.

Listyawati Indri Hastuti. (2019). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhdap loyalitas Wisatawan*. *VI*(2), 35–44.

Lupiyoadi, R. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Michelle, & Siagian, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Cafe Zybrick Coffee & Cantika*. *7*(1).

Nasution. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang. *Diponegoro Journal of Management*, *5*(2007), 1–13.

Nurhidayati, & Yuliantari, K. (2018). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Fish Streat Cabang Tebet. *Jurnal Widya Cipta*, *II*(1), 69–75.

Salim, E., Andri, & Neldi, M. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Harga dan Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Bisnis Smartphone. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *13*(2), 73–83.

Schiffman, L. ., & Kanuk., L. L. (2004). *Consumer Behavior Upper Saddle River* (8 th editi). New Jersey: Prentice Hall.

Sekaran, U. (2013). Research Methods For Business A Skill Building Approach. In *John Wiley & Sons, Inc.* (Issue 1).

Selnes, F. (1993). An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty. *European Journal of Marketing*, *27*(August), 19–35.

Sofyan, I. L., Pradhanawati, A., & Nugraha, H. S. (2013). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun*, *1*, 1–12.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.

Sukpa, W. D., Wijayanto, G., & Taufiqurrahman. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, kebijakan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada

jasa lapangan Internasional futsal Pekanbaru. *Jom FEKON*, *2*(1), 1–18.

Sunyoto. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.

Suparmi, & Handhoko, K. (2018). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT . Yodya Karya (Persero) Cabang Utama Semarang. *Jurnal Ilmiah UNTAG*, *7*(1).

Suryadi, E. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Physical Evidence Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Lapangan Griya Futsal Di Kota Pontianak. *Jurna l Produktivitas*, *6*.

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedu). Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service Quality, Satisfaction*. Yogjakarta: Andi Offset.

Yamit, Z. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta : Ekonesia.