



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan kedai Nusa Kopi dan seberapa besar pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas kedai Nusa Kopi. Untuk menjawab penelitian tersebut, peneliti melakukan analisis data yang telah didapatkan melalui 330 responden yang disebarkan kepada pelanggan pada kedai Nusa Kopi dan akan dipaparkan sebagai berikut.

5.1.1 Hasil uji korelasi kedua variabel sebesar 0,809 (80.9%), yang berarti kedua variabel memiliki hubungan positif yang sangat kuat. Dapat disimpulkan berdasarkan uji korelasi antara variabel *customer relationship management* (X) dan loyalitas pelanggan (Y) memiliki hubungan yang sangat kuat.

5.1.2 Hasil uji ANOVA pada penelitian ini mengatakan bahwa variabel *customer relationship management* (X) memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) kedai Nusa Kopi. Dengan nilai Sig. adalah 0,000. Nilai dapat dikatakan signifikan, karena berada di bawah angka 0,05 ( $< 0,05$ ).

5.1.3 Hasil uji regresi mengatakan bahwa variabel *customer relationship management* (X) memiliki kontribusi terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,655 (65.5%) yang berarti hubungan positif yang mantap. Hal tersebut berarti terdapat 34.5% faktor lainnya yang mempengaruhi di pembahasan penelitian ini.

Berikut ini merupakan hipotesis dalam penelitian:

Ho: Tidak ada pengaruh *Customer Relationship Management* untuk terhadap Loyalitas Pelanggan kedai Nusa Kopi.

Ha: Terdapat pengaruh *Customer Relationship Management* untuk terhadap Loyalitas Pelanggan kedai Nusa Kopi

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti terdapat pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan kedai Nusa Kopi. Pengaruh tersebut sebesar 65,5% yang dapat diartikan memiliki hubungan positif yang mantap.

## 5.2 Saran

Melalui hasil simpulan dari penelitian, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti:

### 5.2.1. Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lain di masa yang akan datang terkait *customer relationship management* dan loyalitas pelanggan. Bagi penelitian lain di masa yang akan datang dapat menggunakan kedai Nusa Kopi sebagai objek penelitiannya dengan mengangkat topik pengaruh *social media* (Instagram) terhadap loyalitas pelanggan kedai Nusa Kopi.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *customer relationship management* (X)

untuk meningkatkan loyalitas pelanggan kedai Nusa Kopi. Selain itu, dapat dilihat bahwa dari ke empat dimensi dari variabel *customer relationship management* (X), tentunya terdapat besar pengaruh yang berbeda – beda dan harus ditingkatkan guna meningkatkan loyalitas pelanggan di kedai Nusa Kopi, terutama hasil dimensi *differentiate customer* dan *interact with customer*. Hal ini tentunya dapat menjadi masukan bagi kedai Nusa Kopi, untuk terus berinovasi seperti melakukan survei tentang tingkat kepuasan pelanggan dengan cara berkomunikasi secara langsung yang dilakukan oleh barista kedai Nusa Kopi, lebih berinteraksi dengan konsumen kedai Nusa Kopi agar menjalin hubungan yang lebih baik dan tingkatkan kualitas pelayanan, agar memenuhi *Standard Operating Procedure (SOP) Hospitality* yang sudah ditetapkan oleh kedai Nusa Kopi. Diharapkan saran praktis yang peneliti berikan dapat menjadi pertimbangan bagi kedai Nusa Kopi.

