

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada USB GYM Fitness. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima. Indikasi dari hasil tersebut yaitu apabila harga naik, maka tingkat loyalitas konsumen USB GYM Fitness akan menurun. Sebaliknya, apabila harga turun, maka tingkat loyalitas konsumen USB GYM Fitness akan meningkat.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada USB GYM Fitness. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima. Indikasi dari hasil tersebut yaitu apabila lokasi USB GYM Fitness strategis, aksesnya baik, dan mudah dikenali maka loyalitas konsumen akan meningkat. Sebaliknya, apabila lokasi USB GYM Fitness sulit, maka loyalitas konsumen akan menurun.
3. E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada USB GYM Fitness. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima. Indikasi dari hasil tersebut apabila E-WOM menunjang sebagai media promosi pada USB GYM Fitness maka loyalitas konsumen akan meningkat. Sebaliknya, apabila E-WOM tidak menunjang sebagai media promosi pada USB GYM Fitness, maka loyalitas konsumen akan menurun.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Manajemen USB GYM Fitness dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan konsumen memiliki keinginan untuk berhenti

menjadi member USB GYM Fitness agar dapat meminimalisir tingkat penurunan konsumen yang tinggi. Manajemen disarankan untuk mengkaji ulang persoalan harga. Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden indikator dengan nilai terendah ditunjukkan pada pernyataan nomor 4 yakni “Harga sesuai dengan pasaran” dengan skor rata-rata sebesar 3,18. Hasil ini mengartikan bahwa harga yang ditawarkan USB GYM Fitness tidak sesuai dengan harga pasaran. Oleh karena itu saran yang bisa dijadikan pertimbangan yaitu diharapkan pihak manajemen sebaiknya memperhatikan faktor harga dalam memasarkan sebuah usaha, contohnya melakukan riset perbandingan harga pasaran diantara para pesaing usaha agar terciptanya harga yang kompetitif dengan para pesaingnya, sehingga konsumen tidak membandingkan harga yang mahal dengan harga yang murah.

2. Manajemen disarankan untuk meningkatkan faktor lokasi. Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden indikator dengan nilai terendah ditunjukkan pada pernyataan nomor 4 yakni “Penempatan lokasi terlihat dengan jarak pandang normal.” dengan skor rata-rata sebesar 3,49. Hasil ini mengartikan bahwa lokasi USB GYM Fitness memiliki kekurangan lokasi tidak terlihat oleh konsumen karena berada dilantai 2. Oleh karena itu saran yang bisa dijadikan pertimbangan yaitu diharapkan pihak manajemen sebaiknya memerhatikan lokasi dalam memulai usaha seperti mencari tempat yang strategis dan mudah terlihat.
3. Manajemen juga disarankan untuk meningkatkan faktor E-WOM. Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden indikator dengan nilai terendah ditunjukkan pada pernyataan nomor 1 yakni “Saya mengetahui akun sosial media USB GYM Fitness” dengan skor rata-rata sebesar 2,67. Hasil ini mengartikan bahwa konsumen tidak mengetahui akun sosial media, yang sebaiknya sebagai media promosi

USB GYM Fitness untuk menarik konsumen. Oleh karena itu saran yang bisa dijadikan pertimbangan yaitu diharapkan pihak manajemen sebaiknya memperhatikan dan menyediakan layanan sosial media sebagai media promosi dan informasi sehingga konsumen dapat mengenali USB GYM Fitness pada sosial media.

4. Manajemen USB GYM Fitness hendaknya melakukan evaluasi secara berkelanjutan terhadap faktor harga, peningkatan lokasi, dan peningkatan E-WOM.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan memasukkan faktor-faktor lain yang secara teori turut memengaruhi loyalitas konsumen yang disesuaikan dengan dinamika bidang ilmu dan fenomena yang terjadi.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat secara langsung mengawasi responden saat mengisi kuesioner dengan tujuan mengurangi bias pada hasil penelitian.
3. Hasil pengujian koefisien determinasi ditunjukkan dari angka R *Square*. Korelasi linier berganda atau R *Square* sebesar 0,573 memiliki arti bahwa koefisien determinasi sebesar 57,3% loyalitas konsumen USB GYM Fitness dipengaruhi oleh harga, lokasi, dan E-WOM sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian. Penelitian selanjutnya dapat menguji faktor produk, *people*, *physical evidence*, serta kualitas pelayanan, sebagai anteseden loyalitas konsumen yang belum banyak diteliti dan baru dikaji oleh beberapa penelitian terbaru.