

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Customer Bonding adalah salah satu kunci dalam menjaga loyalitas konsumen bagi setiap perusahaan, berdasarkan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kesimpulan dari penelitian di atas yaitu menguji adanya pengaruh customer bonding (X) terhadap loyalitas konsumen (Y), dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh customer bonding terhadap loyalitas konsumen di HIM Barbershop
2. selain itu ada penguat dari variabel tersebut yaitu indikator dari setiap variabel, pada variabel customer bonding (X) diliputi oleh ketiga indikator, yaitu: database, dialog, direct media
3. pada variabel loyalitas konsumen (Y) diliputi oleh tiga indikator yaitu: repeat purchase, retention, referrals.
4. Selain itu dari hasil analisis verifikatif dinyatakan bahwa pengaruh customer bonding terhadap loyalitas konsumen di HIM Barbershop dinyatakan signifikan.

## 5.2 Saran

Dari kedua masing-masing variabel diliputi oleh indikator, berdasarkan pembahasan diatas saran yang dapat di terapkan oleh HIM Barbershop adalah:

1. dalam setiap indikator pasti mempunyai kelemahan, kelemahan yang dimiliki variabel customer bonding (X) yaitu indikator database, konsumen HIM Barbershop masih ada yang cenderung tidak setuju dengan hal itu, alternatif yang harus dilakukakan oleh HIM Barbershop yaitu mencoba lebih halus dalam mendapatkan data konsumen, bisa didapatkan melalui pembuatan kartu member konsumen.
2. selain itu kelemahan yang dimiliki pada variabel loyalitas konsumen (Y) yaitu indikator repeat purchase atau pembelian ulang, HIM Barbershop masih sangat perlu mempunyai alternatif pelayanan lain yang diberikan pada konsumen. Alternatif yang dapat dilakukan oleh HIM Barbershop yaitu dengan menawarkan pelayanan yang menarik, contohnya seperti diskon atau potongan harga.