

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian pengaruh *Customer Intimacy* terhadap Loyalitas Konsumen menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.000 ($0.000 < 0.05$). nilai tersebut membuktikan bahwa hipotesis diterima, yang berarti ada pengaruh *Customer Intimacy* terhadap Loyalitas Konsumen di Gerai Pro You.
2. Hasil pengujian pengaruh Aksesibilitas terhadap Loyalitas Konsumen menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.250 ($0.250 \geq 0.05$). nilai tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, yang berarti ada pengaruh Aksesibilitas tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di Gerai Pro You.
3. Hasil pengujian terhadap variabel *Customer Intimacy* dan Aksesibilitas diketahui bahwa *Customer Intimacy* memiliki pengaruh lebih dominan terhadap Loyalitas Konsumen di Gerai Pro You dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. nilai tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti *Customer Intimacy* berpengaruh dominan terhadap Loyalitas Konsumen.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pihak Gerai Pro You untuk terus menjaga kualitas *Customer Intimacy* kepada konsumen sebagai nilai lebih bagi Loyalitas Konsumen Gerai Pro You, juga meningkatkan kualitas Aksesibilitas menjadi lebih baik.

2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat melanjutkan penelitian khususnya dalam masalah *Customer Intimacy* dan aksesibilitas terhadap pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen.