**BAB V**

**SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam Bab V ini peneliti akan memberi simpulan hasil dari penelitian dan saran-saran bagi pihak yang diharapkan memanfaatkan hasil dari penelitian ini. Simpulan yang akan disampaikan akan berkaitan dengan tujuan penelitian yang sudah dicapai.

1. **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang sudah ditetapkan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil simpulan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah ditetapkan pada Bab I. Beberapa simpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Product Quality* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *Loyalitas Pelanggan.*
2. *Service Quality* secara tidak signifikan berpengaruh negative terhadap *Loyalitas Pelanggan.*
3. *Promotion* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *Loyalitas Pelanggan*.
4. **Saran**
5. **Bagi Pihak Restoran**

Sebaiknya pihak restoran D’Cost Seafood Binus memperhatikan produk dan promosi yang diberikan kepada pelanggan, dikarenakan masih banyak pelanggan yang merasa produk restoran D’Cost tidak memiliki ciri khas atau rasa yang berbeda dari restoran pesaingnya. Perlu juga ditingkatkannya promosi yang dilakukan pihak restoran D’Cost Seafood Binus, dikarenakan banyak pelanggan yang jarang melihat promosi yang di miliki oleh pihak restoran D’Cost Seafood Binus. Pelayanan yang telah di berikan sudah cukup bagus akan tetapi tidak memiliki pengaruh yang besar sehingga pihak D’Cost tidak perlu meningkatkan kualitas dari pelaynannya.

1. **Bagi Penelitian Selanjutnya**

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti variabel Kualitas Produksi, Kualitas Layanan, Promosi dan Loyalitas Pelanggan memiliki referensi yang sesuai dengan yang dibutuhkan. Diharapkan juga untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel baik variabel intervening maupun moderating, dan juga menggabungkan beberapa Variabel yang dipakai dalam penelitian ini dengan variabel lainnya mengikuti dengan perkembangan ilmu pendidikan yang ada.