

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Ada pengaruh positif, kuat dan signifikan kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas customer pada Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon dengan p-value 0,000 dan persamaan regresi $Y = 3,780 + 0,702X_1$
2. Ada pengaruh positif, sangat kuat dan signifikan emosional marketing secara parsial terhadap loyalitas customer pada Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon dengan p-value 0,000 dan persamaan regresi $Y = 2,426 + 0,689X_2$.
3. Ada pengaruh positif, kuat dan signifikan spiritual marketing secara parsial terhadap loyalitas customer pada Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon dengan p-value 0,000 dan persamaan regresi $Y = 1,424 + 0,899X_3$
4. Ada pengaruh positif, kuat dan signifikan kualitas pelayanan, emosional marketing dan spiritual marketing secara gradual terhadap loyalitas customer pada Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon dengan p-value 0,000 dan persamaan regresi $Y = 1,083 + 0,189X_1 + 0,405X_2 + 0,387X_3$.

B. Saran

1. Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon hendaknya terus meningkatkan kualitas pelayanan, emosional marketing dan spiritual marketingnya jika ingin meningkatkan loyalitas customer yang lebih tinggi.

2. Pemerintah hendaknya lebih dapat memperhatikan dan melahirkan kebijakan-kebijakan yang dapat menumbuhkembangkan industri penerbitan buku dan sekaligus meningkatkan minat literasi masyarakat sehingga masyarakat akan berkembang lebih maju.
3. Semua stake holder industri penerbitan hendaknya dapat lebih bersatu guna bersama-sama merumuskan langkah-langkah strategis secara bersama guna dapat bertahan dan berkembang di tengah-tengah perubahan globalisasi dan internetisasi literasi digital.

