

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,418 dan menghasilkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,950 > 1,981$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,429 dan menghasilkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $5,051 > 1,981$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,224 dan menghasilkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,638 > 1,981$ dengan signifikan $0,009 < 0,05$.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intevening* memiliki nilai koefisien jalur sebesar $0,094 <$ dari nilai koefisien jalur pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,429. Namun memiliki nilai pengaruh total sebesar 0,523.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan pada penelitian ini, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian, untuk tetap menjaga loyalitas pelanggan CV.

Prima Raya Marendal maka perusahaan hendaknya selalu senantiasa memperhatikan kualitas produk dan kepuasan pelanggan melalui penampilan atau desain produk, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan yang dimiliki produk tersebut, kesesuaian, harga, keandalan, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, mendengarkan keluhan dan saran pelanggan, dan kualitas yang dipersepsikan atas produk CV. Prima Raya Marendal. Sehingga dengan demikian pelanggan akan terus melakukan pembelian ulang, menyukai produk tersebut, tidak akan beralih ke produk pesaing dan bahkan pelanggan akan merekomendasikan produk CV. Prima Raya Marendal kepada orang lain atau calon pelanggan.

2. Berdasarkan hasil penelitian, masih banyak faktor lain diluar model yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Bagi peneliti lain, apabila ingin melakukan penelitian yang sama tentang loyalitas pelanggan diharapkan dapat menggunakan variabel lain dan memperbanyak sampel sehingga dapat diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan dan ke akuratan data.