

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian sebagaimana telah diuraikan pada BAB IV maka, penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Uji konvergen membuktikan bahwa indikator-indikator yang ada dianggap mampu menjelaskan konstruk-konstruk yang ada. Baik konstruk Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh semua indikator-indikator yang ada secara memuaskan. Namun pada Loyalitas Pelanggan indikator Merekomendasikan belum mampu menjelaskan konstruk-konstruk yang ada. Uji konvergen juga menunjukkan bahwa semua indikator pada masing-masing konstruk memang berhubungan secara signifikan dengan konstruk tersebut terkecuali indikator Merekomendasikan pada konstruk Loyalitas Pelanggan, sedangkan uji diskriminasi menunjukkan bahwa keempat konstruk memang saling berkaitan secara nyata.
2. Variabel Citra Merek terbukti secara signifikan memiliki pengaruh positif sebesar 0,527 terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Roti Ganda hal ini dibuktikan dari *p-value* yang diperoleh adalah *** berarti *p-value* < 0.001 atau lebih kecil dari 0,05 (*p-value* = 0,001 < 0,05) sehingga H1 diterima.
3. Variabel Kualitas Produk terbukti secara signifikan memiliki pengaruh positif sebesar 0,312 terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Roti Ganda hal ini dibuktikan dari *p-value* yang diperoleh adalah *** berarti *p-value* <

0,001 atau lebih kecil dari 0,05 ($p\text{-value} = 0,001 < 0,05$) sehingga H2 diterima.

4. Variabel Citra Merek terbukti memiliki pengaruh negatif sebesar -0,322 terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Roti Ganda hal ini dibuktikan dari $p\text{-value}$ yang diperoleh adalah 0,155 lebih besar dari 0,05 ($p\text{-value} = 0,155 > 0,05$) sehingga H3 ditolak.
5. Variabel Kualitas Produk terbukti memiliki pengaruh negatif sebesar -0,284 terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Roti Ganda hal ini dibuktikan dari $p\text{-value}$ yang diperoleh adalah 0,058 lebih besar dari 0,05 ($p\text{-value} = 0,058 > 0,05$) sehingga H4 ditolak.
6. Variabel Kepuasan Pelanggan terbukti secara signifikan memiliki pengaruh positif sebesar 1,229 terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Roti Ganda hal ini dibuktikan dari $p\text{-value}$ yang diperoleh adalah 0,004 berarti lebih kecil dari 0,05 ($p\text{-value} = 0,004 < 0,05$) sehingga H5 diterima.
7. Variabel Citra Merek dapat berpengaruh tidak langsung (melalui *intervening* Kepuasan Pelanggan) terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengaruh langsung = -0,322, sementara pengaruh tidak langsungnya adalah 0,647. Berarti pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung (0,647 > -0,322) artinya Citra Merek berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas sehingga H6 diterima.

8. Variabel Kualitas Produk dapat berpengaruh tidak langsung (melalui *intervening* Kepuasan Pelanggan) terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengaruh langsung = -0,284, sementara pengaruh tidak langsungnya adalah 0,384. Berarti pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung ($0,384 > -0,284$) artinya Kualitas Produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas sehingga H7 diterima

5.2.Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Menurut hasil penelitian citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Maka citra merek maupun kualitas produk harus terus dipertahankan bahkan perlu lebih ditingkatkan dengan inovasi serta peningkatan hubungan sehingga pelayanan lebih unik dan lebih baik daripada pesaing. Salah satu hal yang diharapkan pelanggan adalah penjaminan kualitas produk serta peningkatan pelayanan Toko Roti yang lebih baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian tersebut kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Hal ini sangatlah penting dalam membentuk sikap yang baik terhadap Toko Roti Ganda. Pembentukan sikap yang baik diperlukan agar pelanggan mempunyai kepuasan dan dapat terus dipertahankan, sebab

persaingan diantara perusahaan semakin kompetitif sehingga pendekatan dari berbagai segi untuk menarik minat masyarakat harus tetap dijalankan. Kepuasan pelanggan tidak hanya terkonsentrasi pada fasilitas yang ditawarkan, tetapi pada atribut lainnya seperti citra merek.

3. Berdasarkan hasil penelitian tersebut citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Hal ini sangatlah penting dalam membentuk sikap yang baik terhadap Toko Roti Ganda. Pembentukan sikap yang baik diperlukan agar pelanggan mempunyai kepuasan dan dapat terus dipertahankan, sebab persaingan diantara perusahaan semakin kompetitif sehingga pendekatan dari berbagai segi untuk menarik minat masyarakat harus tetap dijalankan. Selain itu faktor faktor yang menciptakan citra merek dan kualitas produk juga perlu dimaksimalkan agar terciptanya pengaruh secara langsung antara citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

4. Menurut responden loyalitas pelanggan Toko Roti Ganda sangat baik. Hal ini terbukti secara nyata mereka sangat loyal. Hal ini harus dipertahankan dan lebih ditingkatkan untuk menjaga keunggulan roti Ganda dari segi ciri khas sebagai makanan khas Pematangsiantar dapat tetap meningkatkan kepuasan pelanggan

sehingga harapannya akan mendapatkan loyalitas yang tinggi dari para pelanggan.

5. Bagi peneliti berikutnya yang tertarik meneliti tentang Toko Roti Ganda sebaiknya menambahkan variabel lain seperti *word of mouth*, harga maupun menggunakan indikator pendukung yang lain sehingga penelitian berikutnya dapat lebih sempurna.

