

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Ucok Durian Medan ditunjukkan dengan koefisien hasil uji t dengan nilai 1,990. Pengaruh ini dinyatakan berpengaruh signifikan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,990 > 1,660$ pada taraf signifikan 10%.
2. Pengaruh Nilai Emosional terhadap Loyalitas Pelanggan Ucok Durian Medan ditunjukkan dengan koefisien hasil uji t dengan nilai 2,444. Pengaruh ini dinyatakan berpengaruh signifikan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,444 > 1,660$ pada taraf signifikan 10%.
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Nilai Emosional secara simultan diperoleh dari hasil uji hipotesis (uji F/ANOVA) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 20,327 dan F_{tabel} sebesar 2,36 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($20,327 > 2,36$) pada $\alpha=10\%$ sehingga disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Nilai Emosional (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Ucok Durian Medan.

4. Besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien korelasi (R^2) yang diperoleh adalah 0,304 artinya variabel Kualitas Produk (X_1) dan Variabel Nilai Emosional (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas (Y) sebesar 0,304 atau 30,4% sedangkan 69,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil analisis regresi linear berganda ditunjukkan dengan rumusan berikut $Y = 12,022 + 0,217X_1 + 0,333X_2 + e$. Persamaan ini member arti bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Nilai Emosional (X_2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Koefisien X_1 sebesar 0,217 menyatakan apabila terjadi kenaikan Kualitas Produk sebesar satu satuan akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,217. Koefisien X_2 sebesar 0,333 menyatakan apabila terjadi kenaikan Nilai Emosional sebesar satu satuan akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,333. Konstanta sebesar 12,022 dapat diartikan jika tidak ada variabel Kualitas Produk dan Nilai Emosional maka loyalitas sebesar 12,022.

5.2 Saran

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

1. Warung Ucok Durian Medan diharapkan lebih meningkatkan Kualitas Produk sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan serta meningkatkan Nilai Emosional dengan kelebihan dari produk tersebut sehingga dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan.
2. Mengingat Kualitas Produk dan Nilai Emosional memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, hendaknya Warung Ucok Durian Medan dapat menjadikan Kualitas Produk dan Nilai Emosional sebagai strategi pemasaran.
3. Pengaruh variabel lain diluar variabel penelitian cukup tinggi yaitu sebesar 69,6%, sehingga bagi peneliti berikutnya disarankan untuk meneliti variabel yang lain yang dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan seperti lokasi, kualitas pelayanan, citra merek dan lain-lain. Dengan adanya kelanjutan dari penelitian ini diharapkan mampu mendapatkan hasil yang lebih signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Ucok Durian Medan.