

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan secara keseluruhan, maka dapat dimaknai dan disimpulkan bahwa:

1. Pada analisis ini memberikan informasi bahwa posisi produk dan kualitas jasa berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya diterangkan sebagai berikut :
 - a. Besarnya kontribusi posisi produk (X_2) secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan (X_5) adalah 0,397
 - b. Besarnya kontribusi kualitas jasa (X_4) secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan (X_5) adalah 0,328
 - c. Besarnya kontribusi posisi produk (X_2) dan kontribusi kualitas jasa (X_4) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan (X_5) adalah 0,322

Variabel yang paling mempengaruhi pada sub-struktur 1 terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel (X_2) sebesar 0,397.

2. Pada analisis ini memberikan informasi bahwa posisi produk dan citra merek berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya diterangkan sebagai berikut :
 - a. Besarnya kontribusi posisi produk (X_2) secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan Y adalah 0,492
 - b. Besarnya kontribusi citra merek (X_3) secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y) adalah 0,261
 - c. Besarnya kontribusi posisi produk (X_2) dan kontribusi citra merek (X_3) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y) adalah 0,463

Variabel yang paling mempengaruhi pada sub-struktur 2 terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel (X_2) sebesar 0,492.

5.2 Saran

Saran-saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah:

1. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah target pasar, posisi produk, citra merek, kualitas jasa, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dapat menambah faktor-faktor yang lain.
2. Berdasarkan faktor penelitian terdapat variabel yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun loyalitas pelanggan yaitu target pasar. Oleh karena itu, untuk perusahaan perlu ditingkatkan kembali target pasarnya dari segi promosi atau lainnya agar pelanggan puas dan loyal terhadap perusahaan.