

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dapat diketahui jika kesimpulan yang ada pada penelitian ini mencakup :

1. Berdasarkan hasil penelitian nilai constant sebesar 1,991, koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,060 dengan sig 0,338 dan t hitung 0,964. Nilai signifikansi $> 0,05$ maka H1 ditolak dan H0 diterima, artinya kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi harga sebesar 0,487 dengan sig 0,000 dan t hitung 6.703 terhadap variabel kepuasan konsumen. Nilai signifikansi $< 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi $< 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya harga memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian kepuasan konsumen koefisien regresi sebesar 0,119 dengan sig 0,124 dan t hitung 1.550 terhadap variabel loyalitas pelanggan. Nilai signifikansi $> 0,05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak, artinya kepuasan konsumen memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

5. Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk sebesar 0,094 dengan sig 0,306 dan t hitung 1.030. Nilai signifikansi $> 0,05$ maka H1 ditolak dan H0 diterima, artinya kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
6. Diperoleh t hitung sebesar $0,08219 < 1,66$, yang menunjukkan bahwa hasil t hitung lebih kecil dari t tabel dengan tingkat signifikan 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,0494 tidak berpengaruh signifikan. Variabel kepuasan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.
7. Diperoleh t hitung sebesar $0,2765 < 1,66$, yang menunjukkan bahwa hasil t hitung lebih kecil dari t tabel dengan tingkat signifikan 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,2765 tidak berpengaruh signifikan. Variabel kepuasan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Saran yang peneliti berikan mencakup :

1. Berdasarkan penelitian diatas kulalitas produk dan harga produk kedepannya agar diperbaiki dikarenakan pada penelitian ini memiliki hasil yang tidak signifikan.

2. Saran untuk penulis sebaiknya penelitian ini digunakan untuk bahan pembelajaran yang diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan sehingga lebih dapat memahami teori-teori dari hasil penelitian.
3. Saran untuk perusahaan diharapkan warmindo meningkatkan kualitas pelayanannya agar pelanggan yang datang dan berkunjung semakin merasa puas dan nyaman. Diharapkan warmindo juga dapat meningkatkan strategi promosi untuk menyebarluaskan informasi berkaitan dengan kedudukannya supaya banyak masyarakat yang berkunjung dan terdapat peningkatan penjualan.
4. Saran untuk pihak lain selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel.