

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk membahas tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada usaha Warkop Langgano di Kecamatan Mojoagung, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) Warkop Langgano Mojoagung.
2. Kualitas produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) Warkop Langgano Mojoagung
3. Promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) Warkop Langgano Mojoagung
4. Harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Warkop Langgano Mojoagung
5. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Warkop Langgano Mojoagung
6. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Warkop Langgano Mojoagung
7. Kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Warkop Langgano Mojoagung
8. Harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) Warkop Langgano Mojoagung

9. Kualitas produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) Warkop Lenggano Mojoagung
10. Promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) Warkop Lenggano Mojoagung

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Warkop Lenggano

Bagi Warkop Lenggano yang menjadi fokus penelitian, perusahaan sudah menunjukkan kemampuan yang baik dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, baik secara individual maupun melalui variabel intervening yaitu kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Warkop Lenggano, sebaiknya mempertahankan pencapaian ini dengan menerapkan strategi harga yang tepat, menjaga citra merek yang positif, serta secara konsisten meningkatkan kualitas produk Warkop Lenggano. Dengan langkah-langkah ini, pelanggan akan merasa puas dan tetap loyal.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya yang berencana untuk melakukan studi dengan tema atau tujuan serupa diharapkan dapat lebih variatif dalam

mengeksplorasi berbagai faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, tidak hanya terbatas pada harga, kualitas produk, dan promosi.