

BAB V **KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Ketersediaan Produk dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Griya Snack Pasuruan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa semakin baik tingkat ketersediaan produk, semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Hal ini tercermin dari indikator persediaan produk selalu ada yang memiliki kontribusi paling besar terhadap loyalitas. Konsumen cenderung tetap setia ketika produk favorit mereka selalu tersedia, sedangkan ketidaktersediaan produk mendorong sebagian pelanggan untuk beralih ke kompetitor.

2. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Analisis data menunjukkan bahwa semakin wajar dan sesuai harga dengan kualitas yang diterima, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk menjadi faktor dominan, yang menegaskan bahwa loyalitas lebih dipengaruhi oleh persepsi kewajaran harga daripada harga murah semata.

3. Ketersediaan Produk dan Persepsi Harga secara simultan berkontribusi dalam membangun Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kedua variabel ini saling melengkapi dalam membentuk loyalitas. Konsumen akan merasa puas dan setia ketika produk selalu tersedia pada harga yang dianggap layak. Sebaliknya, apabila salah satu faktor tidak terpenuhi, maka loyalitas konsumen berpotensi menurun.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa loyalitas pelanggan pada UMKM Griya Snack Pasuruan dapat ditingkatkan melalui strategi pengelolaan stok produk yang optimal dan penerapan kebijakan harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan implikasi hasil penelitian yang telah dipaparkan, beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dijadikan bahan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Ketersediaan Produk

Mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, UMKM Griya Snack disarankan untuk memperkuat sistem manajemen persediaan. Penerapan pencatatan stok yang lebih sistematis, misalnya dengan memanfaatkan aplikasi sederhana berbasis digital, akan membantu memprediksi pola permintaan dan

mencegah terjadinya kekosongan produk. Dengan adanya ketersediaan produk yang konsisten, konsumen akan merasa lebih percaya dan cenderung setia dalam melakukan pembelian ulang.

2. Strategi Penetapan Harga

Persepsi harga yang positif terbukti mampu mendorong loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, Griya Snack diharapkan dapat menyusun strategi harga yang lebih kompetitif namun tetap menonjolkan kualitas produk. Selain itu, perlu adanya komunikasi yang lebih jelas kepada konsumen mengenai nilai tambah produk, sehingga mereka memahami alasan di balik perbedaan harga dengan pesaing. Langkah ini dapat membantu memperkuat persepsi wajar terhadap harga serta menjaga loyalitas jangka panjang.

3. Pengelolaan Terpadu Ketersediaan dan Harga

Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk melalui kombinasi antara ketersediaan produk dan persepsi harga. Oleh karena itu, Griya Snack perlu mengelola kedua aspek tersebut secara terpadu, misalnya dengan memastikan stok produk selalu tersedia sekaligus menawarkan harga yang sesuai dengan nilai manfaat yang diterima konsumen. Strategi terpadu ini diyakini mampu meningkatkan kepuasan sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.