

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan uraian pada bab sebelumnya maka setelah melakukan pengolahan data dengan alat statistik SPSS dan melakukan pembahasan, maka dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Persepsi Kualitas Produk secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 20,79%. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variable kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan atau semakin besar kualitas produk pipa dan besi PT. Mega Gemilang maka semakin meningkatkan Loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.

Persepsi Kualitas Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 28,73%. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variable kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan atau semakin tinggi kualitas pelayanan pada PT. Mega Gemilang maka semakin meningkatkan Loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.

Persepsi Kepercayaan Pelanggan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 25,70%. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variable kepercayaan pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan atau

semakin besar kepercayaan pelayanan pada PT. Mega Gemilang maka semakin meningkatkan Loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.

Persepsi Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepercayaan Pelanggan (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 35,70%. Maka Berdasarkan hasil perhitungan dengan analisis regresi berganda, menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Mega Gemilang.

Kualitas pelayanan merupakan variable yang berpengaruh paling besar terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,2873. Sementara variable yang menempati urutan kedua adalah Kepercayaan pelanggan yang berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, dengan nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,2570. Selanjutnya variable Kualitas produk mempengaruhi Loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,2079.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut

Kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan, maka kualitas produk pipa dan besi PT. Mega Gemilang yang

dihasilkan dipertahan dan bila perlu ditingkatkan melalui teknologi mutu bahan baku yang berkualitas yang lebih baik untuk dapat meningkatkan loyalitas di masa yang akan datang.

kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan, maka kualitas pelayanan oleh karyawan PT. Mega Gemilang dapat ditingkatkan melalui pelayanan prima, yang meliputi kecepatan, ketepatan dan komunikasi antara penjual dan pelanggan, sehingga pelanggan merasa nyaman.

Kepercayaan pelanggan secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Maka kepercayaan pelanggan harus dapat di jaga kepada konsumen untuk selalu menjaga etika baik pada pelanggan dalam kejujuran atau pun dalam reputasi perusahaan PT. Mega Gemilang untuk selalu dapat di kenal dan di percaya oleh pelanggan.

Perlu ada penelitian lanjutan tentang kualitas produk kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap pipa dan besi PT. mega Gemilang agar mengetahui kekurangan dari penelitian sebelumnya untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang lebih baik.