

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Rata-rata jawaban responden secara keseluruhan.

Rata-rata jawaban dari 80 reponden mengenai variabel Kualitas Produk adalah “Baik”, terlihat dari per item pertanyaan melebihi atau diatas angka 50%, sedangkan untuk variabel Loyalitas Pelanggan rata-rata jawaban dari para responden adalah “Baik”, terlihat dari per item pertanyaan melebihi atau diatas angka 50%.

2. Hasil validitas.

Hasil validitas yang telah diuji menggunakan program SPSS 16.0 mengenai variabel Kualitas Produk adalah hasil yang didapat menunjukkan bahwa item KP1, KP2, KP3, KP4, KP6, KP7, KP8 adalah signifikan, sedangkan hasil KP5 dan KP9 dinyatakan tidak signifikan karena hasil didapat melebihi tingkat signifikansi sebesar 0.05 sehingga item pertanyaan tersebut harus dihapus. Sedangkan untuk variabel Loyalitas pelanggan adalah hasil yang didapat menunjukkan bahwa item LP1, LP3, LP5, LP6, LP7 adalah signifikan, sedangkan hasil LP2 dan LP4 dinyatakan tidak signifikan karena hasil didapat melebihi tingkat signifikansi sebesar 0.05 sehingga item pertanyaan tersebut harus dihapus.

3. Hasil reliabilitas

Hasil reliabilitas yang telah diuji menggunakan program SPSS 16.0 mengenai variabel Kualitas Produk adalah hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Kualitas Produk

diperoleh nilai alpha sebesar 0,751. Nilai ini lebih besar jika dibandingkan dengan nilai reliabilitas minimum yang harus dipenuhi yaitu sebesar 0,5. Sehingga dapat diketahui bahwa kuesioner untuk variabel Kualitas Produk reliabel. Sedangkan untuk variabel Loyalitas Pelanggan adalah hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Loyalitas Pelanggan diperoleh nilai alpha sebesar 0,725. Nilai ini lebih besar jika dibandingkan dengan nilai reliabilitas minimum yang harus dipenuhi yaitu sebesar 0,50. Sehingga dapat diketahui bahwa kuesioner untuk variabel Loyalitas Pelanggan reliabel.

4. Uji asumsi klasik

Dihat dari uji normalitas, hasil pengujian normalitas untuk penelitian ini diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0.146. Nilai ini lebih besar jika dibandingkan dengan nilai normalitas minimum yang harus dipenuhi yaitu sebesar 0,05. Sehingga dapat diketahui bahwa data ini terdistribusi normal. Sedangkan dilihat dari hasil uji outliers untuk penelitian ini diperoleh nilai MD^2 dari tiga yang terbesar yaitu 5.038, 4.494, 2.628 dan tiga nilai terendah 0.062, 0.062, 0.062. Nilai ini lebih kecil dibawah nilai kritis yaitu 6.635 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil data responden terbebas dari outliers. Terakhir, dilihat dari uji heterokedastisitas, penelitian hasil uji heterokedastisitas bahwa korelasi antara loyalitas pelanggan dengan *Unstandardized Residual* menghasilkan nilai signifikansi 0.439 karena tingkat signifikansi koefisien korelasi untuk variabel loyalitas pelanggan terhadap residual lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ditemukan adanya masalah heterokedastisitas.

5. Hasil analisis regresi

Dari hasil pengujian yang dilakukan menggunakan analisis regresi sederhana, penelitian ini mendapatkan persamaan regresi yaitu Loyalitas Produk = 8.102 + 0.495 KP, artinya Kostanta sebesar 8,102 artinya jika variabel kualitas produk bernilai adalah

0, maka loyalitas pelanggan (Y) akan bernilai 8,102 satuan dan Koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,495 artinya jika kualitas produk mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 49.50%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Untuk perusahaan

Dilihat dari hasil pengujian yang telah dilakukan mendapatkan hasil adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan, setelah diuji kualitas yang dihasilkan adalah “Baik”, oleh karena itu perusahaan harus tetap menjaga dan bertanggung jawab terhadap kualitas produk semen warna agar Loyalitas yang telah dihasilkan tetap dijaga dan memberikan hasil yang memuaskan sesuai dengan harapan para pelanggan. Untuk menjaga Loyalitas Pelanggan yang sudah “Baik”, ada kiranya perusahaan melakukan survey secara berkala untuk mengetahui keinginan dan harapan para pelanggan terhadap produk semen warna ini.

Keterbatasan penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti menghadapi beberapa kendala yaitu pengumpulan hasil data pertanyaan responden memerlukan waktu yang cukup lama sampai dikatakan sampel mencukupi, selanjutnya pengisian kuesioner yang disebarakan ke setiap pemilik toko memerlukan waktu yang cukup lama.

Saran penelitian yang akan datang

Untuk penelitian yang serupa disarankan para peneliti yang akan datang untuk lebih memfokuskan pertanyaan didalam kuesioner sehingga tidak membingungkan para responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2005), *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, ed. 1(revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- Assael, H. (2008), *Consumer Behavior & Marketing Action*, 5th ed. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing.
- Azwar, S. (1999), *Reliabilitas dan Validitas*, ed 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Basu, Swastha (1995). *Pengantar Bisnis Modern*. Jakarta: Liberty.
- Budiyuwono, N. (1993), *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*, ed 1 (revisi). Yogyakarta UPP-AMP-YKPN.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Nazir, M. (1999), *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2008). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suprpto, J. (2006), *Tehnik riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, ed 2. Jakarta: Ghalia.
- (2006), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.