

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat” dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel kepuasan pelanggan di uji secara persial dengan hasil uji t nilai t_{hitung} sebesar $2,237 > 2,012 t_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0,030 < 0,05$. Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat.
2. Variabel harga di uji secara persial, dengan hasil uji t nilai t_{hitung} sebesar $4,260 > 2,012 t_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat.
3. Variabel promosi di uji secara persial, dengan hasil uji t nilai t_{hitung} sebesar $4,260 > 2,012 t_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat.
4. Variabel kepuasan pelanggan, harga dan promosi (Y) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat. Hasil analisis pada uji anova memiliki

koefisien Nilai $F_{hitung} = 71,469$ dan $F_{tabel} = 3.191$ dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$, dengan kata lain hipotesis ke tiga H4 diterima.

5. Hasil analisis diperoleh nilai koefisien korelasi R Square sebesar 0,823, hal ini berarti Harga Dan Promosi secara bersama-sama mempunyai berpengaruh sebesar 82,3% terhadap Loyalitas Pelanggan, sedangkan sisanya 17,7% Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 SARAN

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, maka penulis ingin memberikan saran, sebagai berikut :

1. Bagi Mie Aceh Seulanga, diharapkan untuk memperhatikan dan meningkatkan hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (X1), harga (X2) dan promosi (X3) dari pelanggan, karena ketiga variabel ini mampu meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan persentase yang cukup besar. Seperti memberikan tambahan promosi yang menarik dan bersaing dengan pesaingnya kemudian diharapkan kepuasan pelanggan terus menerus ditingkatkan untuk pelayanan terus membaik dan untuk mempertimbangkan kenaikan harga di bawah harga dari pesaingnya agar pelanggan dapat lebih memilih Mie Aceh Seulanga dibandingkan dengan yang lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambahkan variabel-variabel independen lain serta menambah sampel penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.