

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UD. Graha Komputer dan UD. Pak Raja Komputer secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar $0,095 > 0,05$ (taraf signifikansi).
2. Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UD. Graha Komputer dan UD. Pak Raja Komputer secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi).
3. Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap kepuasan pelanggan UD. Graha Komputer dan UD. Pak Raja Komputer secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi).
4. Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan UD. Graha Komputer dan UD. Pak Raja Komputer secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi).

5. Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi)
6. Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD. Graha Komputer dan UD. Pak Raja Komputer secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi)

5.2 Saran

Berdasarkan paparan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa masih terdapat beberapa responden dengan penilaian terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi dan harga yang tingkat sedang sebesar 69,9%. Oleh karena itu UD. Graha Komputer dan UD. Pak Raja Komputer disarankan untuk komunikatif dan selalu berinteraksi dengan konsumen, kualitas produk, kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas dan kehangatan di mata konsumen, promosi yang menarik atau tidak suatu produk mendapatka respon yang bagus, murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Dengan demikian jelas bahwa suatu citra, baik positif maupun negatif akan memengaruhi konsumen terhadap penyedia jasa.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain seperti atmosfer toko, kualitas produk dan lain-lain yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan Indomaret ini. Selain menggunakan teknik wawancara yang digunakan, bisa juga dikembangkan dengan teknik survey lapangan untuk mengamati kondisi di sekitarnya, sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan dapat mengurangi data yang bersifat subyektif.