

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Flazzstore. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $10,079 > 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Kepercayaan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Flazzstore. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,417 > 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,018 < 0,05$.
3. Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Flazzstore. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $5,905 > 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Secara simultan variabel Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel yaitu $75,232 > 2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

5. Variabel Kualitas Produk merupakan variabel yang berpengaruh paling besar terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,625. Sementara variabel yang menempati urutan kedua adalah Kepuasan Pelanggan yang berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,370. Selanjutnya variabel Kepercayaan Pelanggan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dengan nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,138.
6. Koefisien determinasi (*adjusted R²*) dalam penelitian ini memperoleh sebesar 0,692. Hal ini berarti 69,2% variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan, sedangkan 30,8% dijelaskan oleh variabel lain.

1.2. Saran

Beberapa saran-saran dan masukan yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Anggapan dari para pelanggan yang sesuai kenyataan mengenai Kualitas Produk casing di Flazzstore membuat pelanggan berkeinginan untuk melakukan pembelian ulang, hal ini tentu saja berpengaruh positif bagi perusahaan. Perusahaan harus mempertahankan Kualitas Produk yang telah ada, agar pelanggan tetap setia dan tidak berpindah kepada perusahaan lain. Adapun langkah untuk meningkatkan Kualitas Produk adalah selalu menjaga ciri khas yakni menggunakan bahan yang berkualitas. Kedua adalah dengan cara memberikan kualitas gambar yang unik dan berbeda, yang kemudian

membuat para pelanggan merasa tidak ada yang menyamai gambar casingnya.

Hal ini bisa digunakan sebagai pengembangan pada produk.

2. Dari hasil penelitian variabel Kepercayaan Pelanggan, berpengaruh besar terhadap reputasi perusahaan sangat baik. Dengan reputasi yang baik para pelanggan merasa aman dan nyaman untuk selalu membeli produk casing di Flazzstore. Jika kepercayaan pelanggan tidak dijaga dan ditingkatkan, besar kemungkinan perusahaan akan kehilangan pelanggan loyalnya di kemudian hari. Untuk menjaga kepercayaan para pelanggannya sekarang ini dapat dilakukan dengan meningkatkan tanggung jawab, misalnya dengan selalu memberikan jaminan kerusakan barang yang dikirim apabila melakukan pembelian lewat online, hal ini akan meningkatkan reputasi perusahaan.
3. Dari hasil tanggapan responden mengenai Kepuasan Pelanggan yang selalu puas dengan menceritakan atas produk yang dihasilkan pada perusahaan casing Flazzstore sangat berpengaruh positif. Hal ini akan meningkatkan kemajuan perusahaan dengan pelanggan yang selalu merasa puas dan akan dipastikan untuk selalu datang kembali untuk membeli produk. Untuk menjaga Kepuasan Pelanggan perusahaan harus selalu memberikan performa produk serta selalu meningkatkan pelayanan yang lebih unggul disbanding perusahaan lain. Dengan hal ini dapat dipastikan para pelanggan akan selalu merasa puas dan tidak akan pernah melirik perusahaan casing lainnya.

1.3. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yang bisa menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, diantaranya variabel yang diujikan relatif sedikit dan sederhana untuk dapat melihat keseluruhan tentang perilaku pelanggan. Bukan tidak mungkin bahwa sebenarnya masih ada faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi sikap pelanggan dalam loyalitasnya.

1.4. Agenda Penelitian Yang Akan Datang

Keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan sumber ide bagi penelitian yang akan datang. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambahkan indikator masing-masing variabel independen (setiap indikator masing-masing variabel yang ada di dalam penelitian ini, dapat dipecah menjadi beberapa indikator yang lebih terperinci).

