

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis diatas maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi (X_1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y)
2. Harga (X_2) berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan (Y)
3. Kualitas produk (X_3) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).
4. Secara bersama – sama promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Hasil koefisien detrimnasi menunjukkan nilai adjusted R^2 sebesar 0,597 atau 59,7% variable promosi, harga dan kualitas produk mampu menjelaskan loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.
6. Persamaan regresi hasil penelitiannya itu $Y = 1,274 + 0,217 X_1 + 0,276 X_2 + 0,397X_3$

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi para peneliti lain dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan memasukkan variabel-variabel lain selain promosi, harga dan kualitas produk. Hal tersebut didasarkan atas diperolehnya nilai korelasi yang masuk dalam kategori sedang dan bahkan rendah.
2. Pada penelitian ini sampel yang digunakannya 75 responden, sebaiknya penelitian selanjutnya menambah jumlah sampel yang lebih besar.

