

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dari itu penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, hasil uji t menunjukkan:
  - a. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,773 > 1,984$  dan nilai Signifikansi  $0,007 < 0,05$ .
  - b. Kelengkapan Produk tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,580 < 1,984$  dan nilai Signifikansi  $0,563 > 0,05$ .
  - c. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,859 > 1,984$  dan nilai Signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
2. Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji F), hasil penelitian membuktikan bahwa bahwa semua variabel independent (Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan) memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Loyalitas Konsumen).

3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Nilai a adalah 2,890, nilai  $b_1X_1$  adalah 0,269, nilai  $b_2X_2$  adalah 0,057 dan nilai  $b_3X_3$  sebesar 0,617.

4. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) membuktikan bahwa variabel independen (harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan) dapat menjelaskan variabel dependen (loyalitas konsumen).

## 5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, sehingga muncul beberapa saran yang dapat dipertimbangkan bagi peneliti selanjutnya.

Adapun saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Oleh karena itu, peneliti menyarankan pada Unimus *mart* untuk fokus pada peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi prioritas. Pelatihan karyawan, perbaikan proses layanan, dan komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk ( $X_2$ ) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, Unimus *mart* masih perlu mempertimbangkan faktor ini. Mungkin ada peluang untuk meningkatkan kelengkapan produk atau menjelaskan manfaat produk yang lebih baik kepada pelanggan.

3. Meskipun model regresi telah dihasilkan, masih ada 40,2% variasi dalam Loyalitas Konsumen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel yang ada dalam model. Ini mengindikasikan bahwa ada faktor-faktor lain yang memengaruhi loyalitas konsumen yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis menyarankan untuk peneliti selanjutnya perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor ini.

