

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang mengkaji hubungan dan pengaruh antara variabel independent (X) yaitu inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap variabel dependent (Y) yaitu loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penelitian tentang Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel Inovasi Produk, mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru.
2. Pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas konsumen dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel strategi pemasaran mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa

strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru.

3. Pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru, secara bersama-sama dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Prasmanan Bg Jack Kota Baru. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa inovasi produk dan strategi pemasaran secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru.
4. Diantara variabel inovasi produk dan strategi pemasaran variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru ini yang paling berpengaruh adalah strategi pemasaran dimana nilai signifikan strategi pemasaran yaitu  $0,000 < 0,05$  dimana dapat dikatakan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sedangkan inovasi produk dikatakan berpengaruh positif tetapi nilai signifikannya hanya sebesar  $0,51 < 0,005$  dari nilai ini dapat dikatakan inovasi produk berpengaruh tetapi nilai signifikannya hanya 0,51 dapat dikatakan berpengaruh tetapi tidak signifikan

## **1.2 Saran**

1. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk

penelitian selanjutnya. Sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan serta memperlihatkan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru.

2. Perusahaan atau pengusaha dalam hal ini Prasmanan Bg Jack Kota Baru, hendaknya tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari inovasi produk dan strategi pemasaran yang ditawarkan ke konsumen, karena suatu produk yang menawarkan inovasi produk serta strategi pemasaran yang baik merupakan daya tarik yang sangat kuat bagi konsumen dalam melakukan pembelian sehingga tercipta konsumen yang loyal.
3. Hubungan inovasi produk dan strategi pemasaran secara simultan mempunyai nilai yang besar terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru untuk itu hendaknya perusahaan atau pengusaha meningkatkan dan mengevaluasi lagi ketiga variabel ini agar semakin banyak pembeli dan meningkatkan keuntungan usaha.