

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyaitas Konsumen di Favorite Mart 89. Dengan jumlah populasi sebanyak 475 orang responden dan sebanyak 108 responden yang digunakan menjadi sampel. Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyaitas Konsumen.

Berdasarkan pembahasan pada bab iv dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyaitas Konsumen pada Favorite Mart 89 dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung. Variabel Kualitas Produk mempengaruhi secara signifikan terhadap Loyaitas Konsumen dengan variabel tertinggi yaitu Desain Efektif, dimana Favorite Mart 89 mendesain dari segi infrastuktur dan tata letak produk yang disediakan terlihat menarik konsumen. kemudian demontrasi produk dan kualitas Produk dimana favorite mart menampilkan deskripsi dan kualitas Produk secara detail dan jelas.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyaitas Konsumen yang dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung. Dimana variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyaitas Konsumen dengan variabel tertinggi variabel Konsistensi dalam memberikan pelayanan, dimana konsistensi dalam memberikan pelayanan yang baik, responsif terhadap konsumen yang sedang berbelanja pada Favorite Mart 89 dapat

meningkatkan loyalitas konsumen. kemudian Komunikasi yang hangat dan bersahabat dan Kualitas Produk atau barang yang ditawarkan.

3. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen yang dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi regresi linear berganda. Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Melakukan pembelian ulang pada Favorite Mart 89. Variabel yang paling besar mempengaruhi adalah variabel Kualitas Pelayanan dimana Favorite Mart 89 selalu konsisten memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumennya.

5.2. Saran

Saran penelitian adalah rekomendasi yang diberikan berdasarkan hasil analisis dan temuan dalam suatu studi, yang bertujuan untuk memperbaiki, mengembangkan, atau melanjutkan penelitian di masa depan. Tujuan dari saran penelitian adalah untuk memberikan arahan yang jelas bagi peneliti selanjutnya, mendorong eksplorasi lebih lanjut terhadap topik yang diteliti, serta meningkatkan kualitas dan relevansi penelitian dalam konteks ilmiah dan praktis.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Favorite Mart 89 disarankan untuk terus melakukan kualitas Produk serta meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen yang terus berkembang. Melalui riset pasar yang mendalam, pelaku usaha dapat mengidentifikasi tren terbaru dan preferensi pelanggan, sehingga dapat menciptakan produk yang tidak hanya menarik tetapi juga relevan dengan kebutuhan pasar. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan, seperti pelatihan staf

untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan responsif, akan membantu membangun loyalitas pelanggan dan menciptakan reputasi positif bagi usaha. Dengan menggabungkan kualitas dan pelayanan berkualitas, pelaku usaha dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

Peneliti megarapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa lain yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk menambahkan variabel-variabel yang belum terdapat dalam penelitian ini seperti variabel faktor kinerja keuangan, motivasi dan kepuasan konsumen, strategi pemasaran dan manajemen rantai pasokan. agar menjadi bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian- penelitian berikutnya sehingga dapat dipergunakan sebagai acuan baik bagi pengusaha maupun masyarakat umum.

