

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Loyalitas Pelanggan. Dalam penelitian ini variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X) dengan variabel terikat yang digunakan adalah Loyalitas Pelanggan (Y) sedangkan terdapat variabel mediasi yaitu Kepuasan Pelanggan (Z). Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) memiliki pengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) karena memiliki nilai probabilitas  $(0,000) < 0,05$  yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang diberikan Citra Kendedes Cake & Bakery sudah terpercaya dan tidak diragukan. Dengan meningkatnya kualitas produk yang diberikan Citra Kendedes Cake & Bakery maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, jika suatu produk yang dimiliki perusahaan untuk dijual tidak memiliki kualitas yang bagus pelanggan tidak akan merasa puas. Meskipun dalam pelayanan untuk merespon keluhan dan saran masih kurang, namun pelanggan masih merasa puas dengan keputusan untuk membeli di Citra kendedes Cake & Bakery.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), karena memiliki nilai probabilitas  $(0,000) < 0,05$  yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Kualitas yang baik akan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan terdapat nilai yang besar pada item Mengajak atau merekomendasikan keluarga/teman untuk melakukan pembelian. Meskipun produk tidak terlalu memiliki daya tahan yang cukup lama dan produk yang diinginkan pelanggan tidak selalu tersedia, pelanggan masih tetap datang kembali untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, Citra Kendedes Cake & Bakery harus terus berkembang dalam mencapai loyalitas pelanggan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), karena memiliki nilai probabilitas  $(0,000) < 0,05$  yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Kepuasan dan loyalitas memiliki hubungan yang positif dimana apabila kepuasan yang dirasakan pelanggan terus mengalami perkembangan atau peningkatan secara langsung pelanggan akan terus loyal terhadap Citra Kendedes Cake & Bakery. Kepuasan terhadap produk yang ditawarkan akan menciptakan loyalitas pelanggan dengan datang kembali. Hal ini ditunjukkan dengan pelayanan yang diberikan dan juga produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan kesediaan pelanggan untuk menyebarkan informasi terbaik mengenai produk Citra Kendedes Cake & Bakery dan juga merekomendasikan atau mengajak orang lain untuk melakukan pembelian.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lainnya dalam melakukan bisnis. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk dan menjaga kepuasan pelanggan yang telah dirasa pelanggan, karena variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Untuk itu Citra Kendedes cake & Bakery perlu berinovasi untuk menciptakan berbagai macam kue dan roti dengan rasa dan harga sesuai dengan keinginan pelanggan, agar pelanggan tidak merasa jenuh sebab dalam penelitian ini pelanggan memilih Citra kendedes Cake & Bakery karena beragam jenis kue dan roti.
2. Pada variabel bebas dan variabel antara dalam penelitian ini merupakan hal yang begitu penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian lainnya dengan mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Serta menggunakan objek penelitian yang lain. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih bervariasi.