

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Loyalitas Konsumen. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Kualitas (X_1), Ketersediaan Produk (X_2), Harga (X_3), dan Variasi Produk (X_2) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Loyalitas Konsumen (Y). Berdasarkan penelitian tersebut di dapatkan hasil:

1. Loka adalah pasar waralaba yang mengedepankan gaya hidup yang dikembangkan sepenuhnya oleh Mahadya Group dan di resmikan pertama kali pada bulan juli 2014. Nama LOKA berasal dari kata "tempat". Loka Malang di dirikan pada bulain Mei 2014. Loka merupakan salah satu Supermarket masa kini yang menjual ikan segar.
2. Berdasarkan hasil didapatkan bahwa variabel Kualitas (X_1), Ketersediaan Produk (X_2), Harga (X_3), dan Variasi Produk (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan meningkatkan Kualitas (X_1), Ketersediaan Produk (X_2), Harga (X_3), dan Variasi Produk (X_2) maka akan meningkatkan Loyalitas Konsumen.
3. Berdasarkan pada hasil uji t secara parsial didapatkan bahwa Kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen.

4. Berdasarkan pada hasil uji t secara parsial didapatkan bahwa Ketersediaan Produk memberikan pengaruh tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen.
5. Berdasarkan pada hasil uji t secara parsial didapatkan bahwa Harga memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen.
6. Berdasarkan pada hasil uji t secara parsial didapatkan bahwa Variasi Produk memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Variasi Produk mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel Variasi Produk mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel Variasi Produk mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Loyalitas Konsumen.

6.2. Saran

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

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap Variasi Produk, karena variabel Variasi Produk mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Loyalitas Konsumen, diantaranya yaitu dengan tetap mempertahankan produk ikan yang sudah ada dan menambah produk ikan baru sehingga Loyalitas Konsumen akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Loyalitas Konsumen

diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini