

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh”, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh

Ada pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 4,271 dengan nilai t table 1,984 dan nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t table ($4,271 > 1,984$) dan Nilai koefisiensi regresi variable Kualitas Produk sebesar 0,333 artinya setiap kenaikan variable Kualitas Produk sebesar 1 satuan maka Loyalitas konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,333. Produk yang berkualitas baik akan menghasilkan ketahanan display dan performa yang baik dan nilai guna ini akan sesuai dengan harapan konsumen. Harapan konsumen yang terpenuhi akan memunculkan loyalitas dalam diri konsumen dan pada akhirnya akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada orang lain mengenai produk PT Sumber Jaya Tangguh.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh

Ada pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 9,714 dengan nilai t table 1,984 dan nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t table ($9,714 > 1,984$) dan Nilai koefisiensi regresi variable Kualitas Layanan sebesar 0,597 artinya setiap kenaikan variable Kualitas Layanan sebesar 1 satuan maka loyalitas konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,597. Layanan yang diberikan oleh PT Sumber Jaya Tangguh kepada konsumennya juga akan

memberikan pengaruh kepada loyalitas dalam diri konsumen. Pelayanan yang disampaikan dengan sopan dan santun disertai dengan pemberian informasi sesuai dengan yang diharapkan konsumen dan informasi yang diberikan sesuai dengan produk yang ada tidak akan membuat konsumen kecewa untuk membeli produk dan produk yang hendak di beli sesuai dengan apa yang diinginkan. Hal ini akan memunculkan loyalitas dalam diri konsumen.

3. Pengaruh Harga terhadap Loyaltas Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh

Ada pengaruh positif dan signifikan variabel Harga terhadap Loyaltas Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 2,641 dengan nilai t table 1,984 dan nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t table ($2,641 > 1,984$) dan Nilai koefisiensi regresi variable Harga sebesar $-0,224$ artinya setiap kenaikan variable Harga sebesar 1 satuan maka loyalitas konsumen akan mengalami penurunan sebesar $-0,224$. Nilai signifikansi yang menunjukkan negative memperlihatkan bahwasanya ketika harga dinaikkan maka loyalitas konsumen akan menurun dan ketika harga diturunkan maka loyalitas konsumen akan meningkat. Hal ini bisa diketahui bahwasanya konsumen PT Sumber Jaya Tangguh merupakan kalangan menengah kebawah yaitu didominasi oleh kalangan berpenghasilan dibawah 2,500.000. kalangan ini cenderung membeli produk yang sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyaltas Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh.

nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($49,653 > 2,70$) dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variable bebas (Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable terikat (Loyalitas Konsumen). Hasil dari koefisiensi determinasi (R^2) yaitu = 0,608. Hal ini menunjukkan bahwa semua variable loyalitas konsumen PT Sumber Jaya Tangguh dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Kualitas

Layanan dan Harga sebesar 60,8%. Sedangkan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh variable di luar penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dan dijelaskan sebelumnya, maka diberikan beberapa saran kepada :

1. Bagi Peneliti lainnya

Mengembangkan responden yang diberikan dan memperkecil signifikansi yang digunakan sehingga hasil yang didapatkan lebih mendekati hasil yang sesuai dengan persepsi konsumen PT Sumber Jaya Tangguh. Selain itu peneliti lainnya juga bisa meningkatkan jumlah variable lainnya mengingat masih ada 39,2% pengaruh loyalitas disebabkan oleh variable diluar variable yang sudah diberikan

2. Bagi Perusahaan

Melihat besarnya pengaruh yang diberikan dari ketiga variable independen diketahui bahwasanya variable kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi terbesar yaitu 0,597, hal ini menandakan kekuatan perusahaan berada di pelayanannya dimana ketika pelayanan dioptimalkan maka loyalitas konsumen juga akan meningkat.