

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, dan *price fairness* terhadap *customer loyalty* dalam perspektif Islam pada CV Mubarokfood Cipta Delicia Kudus. Berdasarkan analisis data menggunakan sampel sebanyak 96 responden dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra perusahaan (X1) terhadap variabel loyalitas pelanggan Mubarokfood Cipta Delicia. Dibuktikan dari uji t parsial menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,392 > 1,985$) dan mempunyai nilai signifikansi untuk citra perusahaan sebesar $0,000 < 0,05$, maka ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima, yang menunjukkan bahwa citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada konsumen CV Mubarokfood Cipta Delicia Kudus. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan adanya citra perusahaan yang baik, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga menciptakan *customer loyalty*.
2. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *price fairness* (X2) terhadap variabel *customer loyalty* (Y). Hal ini ditunjukkan pada uji t parsial menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,019 > 1,985$ dan mempunyai nilai sig. $0,000 < 0,05$, sehingga menunjukkan bahwa H2 diterima yang artinya bahwa secara parsial *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *customer loyalty* dapat diciptakan dari kewajaran harga produk atau *price fairness* yang ditetapkan oleh CV Mubarokfood Cipta Delicia Kudus.
3. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra perusahaan, *price fairness* terhadap variabel *customer loyalty*. Hal ini ditunjukkan dalam uji f secara simultan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $87,194 > 3,093$. Dan signifikansi menunjukkan $0,000 < 0,05$. Sehingga menunjukkan H3 diterima yang artinya bahwa secara simultan citra perusahaan dan *price fairness* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan citra perusahaan yang baik dan penetapan kewajaran harga yang sesuai,

maka dapat meningkatkan loyalitas peanggan CV Mubarakfood Cipta Delicia Kudus.

B. Saran

Berdasarkan penelitian serta kesimpulan yang diuraikan diatas, peneliti memberikan saran:

1. Bagi perusahaan, berdasarkan hasil dari penelitian membuktikan bahwa dalam variabel Sehingga konsumen berprespektif perusahaan itu baik, sehingga meningkatkan citra perusahaan bersamaan dengan *customer loyalty*. Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel citra perusahaan dan *price fairness* terhadap *customer loyalty* terdapat pengaruh positif dan signifikan pada konsumen CV Mubarakfood Cipta Delicia Kudus. Hal ini dapat memberikan bahan masukan bagi perusahaan sejenis dalam menerapkan strategi citra perusahaan yang baik, serta penetapan kewajaran harga suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat. Perusahaan diharapkan terus berinovasi dalam merancang program sebagai upaya untuk menarik konsumen dalam meningkatkan *customer loyalty*.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap *customer loyalty* diharapkan dapat menambah referensi sehingga pandangan mengenai topik lebih beragam dan luas. Selain itu juga dapat menambah keakuratan penelitian yang dilakukan.