

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil olah data yang dilanjutkan dengan analisis mengenai pengaruh *perceived value* dan *service quality* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Kopersi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Perceived value* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada KSU Padurenan Jaya Kudus berdasarkan hasil dari uji t, dimana t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,012 > 2,008$) dan nilai sig. 0,050. Sehingga disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya *perceived value* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di KSU Padurenan Jaya.
2. *Service Quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KSU Padurenan Jaya Kudus berdasarkan hasil dari uji t, dimana t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($5,175 > 2,008$) dengan nilai sig. $0,00 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa H2 diterima, artinya *service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di KSU Padurenan Jaya.
3. *Perceived value* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada KSU Padurenan Jaya Kudus berdasarkan hasil dari uji analisis jalur, dimana ketiga kriteria persamaan yang dibutuhkan telah terpenuhi dan nilai pengaruh tidak langsung (0,680) lebih besar dari pada pengaruh langsungnya (0,016). Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berhasil memediasi secara parsial pengaruh *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga disimpulkan bahwa H3 diterima, artinya variabel kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan di KSU Padurenan Jaya Kudus.
4. *Service Quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada KSU Padurenan Jaya Kudus berdasarkan hasil dari uji analisis jalur, dimana ketiga kriteria persamaan yang dibutuhkan telah terpenuhi dan nilai pengaruh tidak langsung (0,688) lebih besar dari pada pengaruh langsungnya (0,110). Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berhasil memediasi

secara parsial pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima, artinya variabel kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan di KSU Padurenan Jaya Kudus.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, pembahasan, serta kesimpulan, maka peneliti memberikan masukan atau saran-saran yaitu:

1. Penelitian yang akan datang diharapkan menambah variabel lain yang juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada KSU Padurenan Jaya Kudus misalnya *perceived quality*, lokasi, maupun pendapatan pelanggan.
2. Pada penelitian selanjutnya perlu dilakukan pengamatan objek yang lebih luas, sehingga dapat dijadikan acuan bagi kepentingan generalisasi permasalahan.

