

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan *store location* terhadap loyalitas konsumen pada Galeri Elzatta Kudus. Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji SPSS yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi diperoleh sebesar 0,175 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,712 > 1,653$ dengan nilai signifikansi 0,007 dibawah 0,05 atau $0,007 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Galeri Elzatta Kudus.
2. Promosi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji SPSS yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi diperoleh sebesar 0,349 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,423 > 1,653$ dengan nilai signifikansi 0,001 dibawah 0,05 atau $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Galeri Elzatta Kudus.
3. *Store location* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji SPSS yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi diperoleh sebesar 0,352 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,274 > 1,653$ dengan nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *store location* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Galeri Elzatta Kudus.
4. Dan dari hasil uji SPSS mengenai kualitas produk, promosi dan *store location* terhadap loyalitas konsumen dibuktikan dengan perolehan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $47,629 > 2,65$ dengan signifikansi 0,000 dibawah 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, promosi dan *store location* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

konsumen Galeri Elzatta Kudus. Besaran pengaruh variabel kualitas produk, promosi dan *store location* dapat dilihat dari uji koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa nilai *adjusted R square* diperoleh sebesar 0,429 atau 42,9% dan 57,1% sisanya ditentukan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun dalam penelitian ini telah diupayakan semaksimal mungkin, namun masih memiliki banyak keterbatasan diantaranya :

1. Peneliti hanya meneliti tiga variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas produk, promosi dan *store location*.
2. Pada penelitian ini besarnya pengaruh variabel bebas yang digunakan peneliti hanya menemukan 43,8% dari variabel kualitas produk, promosi dan *store location*, sehingga sisanya 56,2% dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.
1. Adanya keterbatasan waktu dalam memberikan angket kepada responden Galeri Elzatta Kudus, sehingga membutuhkan waktu yang tepat untuk memberikannya.

C. Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti akan memberikan beberapa masukan diantaranya :

1. Bagi Galeri Elzatta Kudus

Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai pernyataan dari masing-masing indikator kualitas produk, promosi dan *store location* yang menunjukkan bahwa rata-rata konsumen setuju akan variabel-variabel yang digunakan peneliti dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Dengan begitu, Galeri Elzatta Kudus harus dapat mempertahankan dan meningkatkan produk yang berkualitas, meningkatkan strategi promosi yang lebih menarik dan menjaga para konsumen agar tetap bertahan menjadi konsumen yang setia sehingga loyalitas konsumen akan lebih meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian mengenai loyalitas konsumen, diharapkan peneliti dapat menyempurnakan penelitian ini dengan menambah variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini yang kemungkinan memiliki pengaruh lebih besar terhadap loyalitas konsumen seperti variabel harga, kualitas pelayanan, *store atmosphere* atau variabel lainnya.

