

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan atas dasar hasil pengujian hipotesis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, berdasarkan pada hasil perhitungan uji partial dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,414 mempunyai t hitung sebesar 5,095 dengan probabilitas $0,000 < 0,05$. Maka kualitas produk dinyatakan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen tidak akan merasa merugi apabila membeli beberapa kali dari produk yang berkualitas. Alasan yang mendasari yaitu adanya keuntungan apabila konsumen menggunakan produk yang berkualitas akan membuat mereka lebih percaya diri.
2. Desain produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, berdasarkan hasil uji partial yaitu dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,357 mempunyai t hitung sebesar 4,356 dengan probabilitas $0,000 < 0,05$, maka desain produk dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen selalu menginginkan hal-hal yang baru sehingga dengan desain produk yang baru dan beragam tidak akan membuat konsumen merasa rugi untuk membeli produk tersebut beberapa kali.
3. Kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan perhitungan nilai F hitung sebesar 38,223 mempunyai probabilitas 0,000. Melihat nilai signifikansi yang kurang dari 0,05, hal ini berarti bahwa model penelitian adalah fit atau dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan desain produk terhadap loyalitas konsumen.

B. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan desain produk merupakan faktor penentu loyalitas konsumen. Oleh karena itu pihak produsen (penjual) harus memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan serta memberikan desain produk yang baru sehingga konsumen memiliki banyak pilihan.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini diantaranya adalah :

1. Variabel bebas yang dimasukkan yaitu kualitas produk dan desain produk hanya mampu mempengaruhi loyalitas sebesar 43,2% sehingga masih ada 56,8% pengaruh variabel lain diluar variabel bebas yang disebutkan.
2. Minimnya responden yang berusia muda

D. Saran

Berdasarkan keterbatasan di atas, maka dapat diajukan saran-sara untuk penelitian lanjut, yaitu :

1. Menambah variabel bebas yang mampu mempengaruhi loyalitas yaitu harga. Karena merupakan variabel yang dominan dalam menentukan loyalitas konsumen.
2. Diharapkan penelitian lanjut lebih menekankan pada responden usia muda.