

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian statistik bahwa Harga (X_1) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.947 dengan tingkat signifikansi 0,004. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut kurang dari 0,05, nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($2.947 > 1.660$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Harga (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Berdasarkan hasil pengujian statistik bahwa lokasi (X_2) menunjukkan nilai t hitung sebesar 1.084 dengan tingkat signifikansi 0,062. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih dari 0,05, nilai t hitung $<$ nilai t tabel ($1.084 < 1.660$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh Lokasi (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
3. Berdasarkan hasil pengujian statistik bahwa kualitas produk (X_3) menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.537 dengan tingkat signifikansi 0,001. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut kurang dari 0,05, nilai t hitung $<$ nilai t tabel ($3.537 > 1.660$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
4. Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Zyan Tenun dan dapat menjadi predicator yang baik untuk loyalitas pelanggan. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($22,666 > 3,09$) dengan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Presentase pengaruhnya sebesar 36,9%, maka sisanya ($100\% - 36,9\% = 63,1\%$) di pengaruhi oleh variabel lokasi dan variabel lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan atau bahan pertimbangan, sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya bisa menguji kembali semua variabel berpengaruh yang kemungkinan hasilnya bisa berubah pada periode penelitian yang berbeda. Mengingat besarnya pengaruh variabel harga, kualitas lokasi dan kualitas produk sebesar 36,9% sedangkan 63,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini, peneliti juga bisa menambah pengujian dengan menambah variabel-variabel lain yang sekiranya dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen selain harga, lokasi dan kualitas produk seperti pelayanan, fasilitas, suasana toko, citra merek dan sebagainya.

2. Bagi Galeri Zyan Tenun

- a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga memiliki tingkat posisi pengaruh yang sangat tinggi terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai *standardized coefficient* regresi sebesar 0,216 atau 21,6%. Bagi pihak toko Zyan Tenun supaya mempertahankan strategi harga tersebut dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan agar melakukan pembelian ulang di toko Zyan tenun.

- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi memiliki tingkat posisi pengaruh yang sangat rendah terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai *standardized coefficient* regresi sebesar 0,087 atau 08,7%. Bagi pihak toko Zyan Tenun hendaknya meningkatkan strategi yang telah ada serta melakukan pengembangan, peningkatan, serta inovasi sehingga tercipta strategi yang lebih baik dari yang telah ada, sehingga akan meningkatkan pengaruh loyalitas pelanggan.

- c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki posisi tingkat pengaruh yang cukup tinggi terhadap perilaku pembelian konsumen dengan nilai *standardized coefficient* regresi sebesar 0,113 atau 11,3%. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa variabel kualitas

produk pada Toko Zyan Tenun sudah cukup baik sehingga membuat para konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang. Maka bagi Toko Zyan Tenun tetap mempertahankan kualitas yang telah ada serta terus melakukan pengembangan, peningkatan, dan inovasi sehingga tercipta produk yang lebih baik dari yang telah ada, sehingga akan lebih akan meningkatkan loyalitas pelanggan

C. Penutup

Alhamdulillah puji syukur Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Untuk itu peneliti senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya.