

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada paparan bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa kepuasan santri pada pewangi dan pelembut pakaian Molto termasuk pada kategori kuat. Hasil ini sesuai dengan nilai rata-rata (*mean*) 35,47 dengan standart devisinya 2,709.
2. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa tingkat loyalitas konsumen (santri) pada spewangi dan pelembut pakaian Molto termasuk dalam kategori kuat. Hal ini sesuai dengan loyalnya santri Al-Basyariah pilangkenceng pada pewangi dan pelembut pakaian merek Molto. Hasil ini sesuai dengan nilai rata-rata (*mean*) 37,01 dan standart devisinya 2,545.
3. Hasil analisis menggunakan korelasi *person product moment* diperoleh hasil *r* sebesar 0,756 terletak diantara 0,70-0,90 dengan tingkat hubungan kuat. Selanjutnya pada uji regresi diketahui $Y = 10,191 + 0,756x$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menyatakan perubahan rata-rata variabel loyalitas konsumen untuk setiap perubahan variabel kepuasan satu satuan maka loyalits konsumen akan naik sebesar 0,756. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menerima H_a menolak H_0 , yaitu terdapat pengaruh dan hubungan secara signifikan pada kepuasan terhadap loyalitas konsumen oleh santri putri Pondok Pesantren Al-Basyariah Pilangkenceng pada pewangi dan pelembut

pakaian Molto. Selanjutnya, berdasarkan koefisien determinasi (R^2) yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS 23 didapatkan *R square* sebesar 0,648, artinya besarnya pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas konsumen sebesar 64,8% sedangkan sisanya (35,2%) dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepercayaan kemudahan, ikatan emosi dan pengalaman dengan perusahaan.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan loyalitas pada konsumen, perlu mencapai harapan, keinginan, dan kebutuhan yang diharapkan konsumen. Karena harapan konsumen yang terpenuhi akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Agar konsumen terus loyal maka perusahaan perlu memahami apa yang diharapkan oleh konsumen agar terpuaskan, karena pembentuk kepuasan adalah loyalitas. Mengingat kepuasan konsumen merupakan *core concet* dari loyalitas konsumen.

2. Bagi konsumen

Bagi konsumen khususnya santri hendaknya mencari dan memahami produk yang dipilih bisa memberikan solusi bahkan menghilangkan masalah yang santri hadapi sesuai dengan kebutuhan santri dilingkungan pondok.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan dengan memperluas responden tidak hanya pada santri pondok pesantren Al-Basyariah Pilangkenceng

saja, tetapi diperluas lagi sampelnya pada pondok atau wilayah lain sehingga daya generalisasi hasil penelitian dapat diperbesar. Untuk penelitian selanjutnya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.