

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang mana peneliti mengkaji hubungan dan pengaruh hubungan variabel independent Kepuasan dan Kebiasaan terhadap variabel Loyalitas Konsumen. dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 349 responden yang merupakan konsumen kerudung Rabbani di Toko Rabbani Jombang. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis serta hasil pengolahan data menggunakan SPSS 16, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan 349 responden, 95,7% responden menyatakan puas dalam membeli dan memakai kerudung Rabbani.
2. Berdasarkan 349 responden, 78,8% responden menyatakan terbiasa dalam membeli dan memakai kerudung Rabbani.
3. Berdasarkan 349 responden, 100% responden menyatakan loyalitas konsumen pada kerudung Rabbani tergolong tinggi.
4. Berdasarkan hasil olah data uji korelasi diketahui nilai korelasi *pearson* sebesar 0,745 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Konsumen tergolong kuat karena berada antara skor 0,600-0,799. kemudian diperoleh  $t_{hitung} = 19,813 > t_{tabel} = 1,966784$ . Maka dapat

disimpulkan ada pengaruh antara variabel Kepuasan terhadap variabel Loyalitas Konsumen. dengan berdasarkan hipotesis 1,  $H_a$  yang berbunyi “terdapat pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen” diterima dan terbukti kebenarannya.

5. Berdasarkan hasil olah data uji korelasi diketahui nilai korelasi *pearson* sebesar 0,611 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Kebiasaan dan Loyalitas Konsumen tergolong kuat karena berada antara skor 0,600-0,799. Kemudian diperoleh  $t_{hitung} = 13,307 > t_{tabel} = 1,966784$ . Maka dapat disimpulkan ada pengaruh antara variabel Kebiasaan terhadap variabel Loyalitas Konsumen. dengan berdasarkan hipotesis 2,  $H_a$  yang berbunyi “terdapat pengaruh Kebiasaan terhadap Loyalitas Konsumen” diterima dan terbukti kebenarannya.
6. Berdasarkan hasil data uji korelasi berganda diketahui nilai signifikansi *F change* sebesar 0,000 dimana nilai tersebut  $< 0,05$ . Maka variabel Kepuasan ( $X_1$ ) dan Kepuasan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berhubungan dengan variabel Loyalitas Konsumen ( $Y$ ). pada uji *F* diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 415,743 dimana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan hipotesis 3,  $H_a$  dengan bunyi “terdapat pengaruh Kepuasan dan Kebiasaan terhadap Loyalitas Konsumen” diterima dan terbukti kebenarannya. Kemudian diperoleh hasil uji determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,706 atau 70,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan dan

Kebiasaan berpengaruh sebesar 70,6% terhadap Loyalitas Konsumen Kerudung Rabbani pada Toko Rabbani Jombang. Sedangkan sisanya sebesar 29,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu komitmen (*commitment*), kesukaan produk (*liking of the brand*), dan pengalihan biaya (*switching cost*).

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, sebagai berikut:

### **1. Bagi Kerudung Rabbani**

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa Kepuasan dan Kebiasaan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. variabel Kepuasan termasuk kategori puas dan Kebiasaan termasuk kategori terbiasa dalam mempengaruhi Loyalitas Konsumen. maka peneliti, menyarankan kepada perusahaan untuk terus menjaga serta mengembangkan inovasi pada produk kerudung Rabbani . dengan demikian konsumen akan terus melakukan pembelian ulang dan tidak akan mudah berpindah produk lain.

### **2. Bagi peneliti selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Konsumen. karena pengaruh Kepuasan dan Kebiasaan terhadap

Loyalitas Konsumen sebesar 70,6%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi Loyalitas Konsumen. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih banyak agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.