

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Kepercayaan pelanggan pada produk Kaki Empat Pet Care dikategorikan cukup, yaitu mengacu pada pengklasifikasian dan pengkatagorian ditentukan pada tabel 4.8 sebesar 78,79.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan pada produk Kaki Empat Pet Care dikategorikan cukup, yaitu mengacu pada pengklasifikasian dan pengkatagorian ditentukan pada tabel 4.9 sebesar 78,65.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Loyalitas konsumen pada produk Kaki Empat Pet Care dikategorikan cukup, yaitu mengacu pada pengklasifikasian dan pengkatagorian ditentukan pada tabel 4.10 sebesar 82,61 .

4. Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi variabel dapat diketahui bahwa nilai *pearsoncorrelations* sebesar 0,647. Tingkat hubungan antara variabel kepercayaan pelanggan dengan variabel loyalitas konsumen adalah termasuk kategori kuat. Hal tersebut diperoleh dari nilai *pearsoncorrelations* sebesar 0,647 terletak diantara nilai 0,60-0,799. Berdasarkan hasil perhitungan uji t Kepercayaan (X1) berpengaruh sebesar 3,571 dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kaki Empat Pet Care dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.
5. Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi variabel dapat diketahui bahwa nilai *pearsoncorrelations* sebesar 0,682. Tingkat hubungan antara variabel Kepuasan pelanggan dengan variabel loyalitas konsumen adalah termasuk kategori kuat. Hal tersebut diperoleh dari nilai *pearsoncorrelations* sebesar 0,682 terletak diantara nilai 0,60-0,799. Berdasarkan hasil perhitungan uji t kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh sebesar 4.622 dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kaki empat pet care dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
6. Berdasarkan hasil output SPSS kepercayaan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) dilihat dari F_{hitung} dan F_{tabel} . F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $(49.261 > 3,10)$ dengan tingkat signifikan di bawah 0,05 yaitu 0,000 dalam analisis regresi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.19 di atas menunjukkan

bahwa nilai R^2 (*R Square*) yaitu sebesar 0,534. Hal ini berarti 53,4% loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh kepercayaan dan kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya yaitu 46,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

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

1. Bagi owner Kaki Empat Pet Care

Meskipun hasil penelitian kepercayaan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, namun akan lebih baik apabila ditingkatkan ikatan emosi dengan pelanggan, pengalaman dengan perusahaan dan kemudahan dalam pembelian, agar produk kaki empat pet care tetap bisa dinikmati semua kalangan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.