

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen” (Studi Pengguna Produk Air Mineral Merek Santri di Majelis Taklim Al Manar Surabaya)”, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penghitungan SPSS 21 bahwa variabel X1 (kepuasan konsumen) menunjukkan bahwa jumlah responden yang diteliti adalah 70 anggota Majelis Taklim Al-Manar. Skor terendah adalah 15 dan skor tertinggi 30. Sehingga dapat diketahui bahwa rata-ratanya adalah 23,30 dan standard devisiasinya adalah 3,503. Dari tabel kategorisasi untuk variabel x dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen air mineral merek santri termasuk dalam kategori cukup, hasil ini berdasarkan nilai rata-rata (Mean) sebesar 23,30 berada di antara skor 21,5485 dan 34,95.
2. Berdasarkan penghitungan SPSS 21 bahwa variabel Y (loyalitas konsumen) menunjukkan bahwa jumlah responden yang diteliti adalah anggota Majelis Taklim Al-Manar. Skor terendah adalah 20 dan skor tertinggi adalah 40. Sehingga dapat diketahui bahwa rata-ratanya adalah 22,99 dan standard devisiasinya adalah 4,366. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa loyalitas konsumen air mineral merek santri termasuk dalam

kategori cukup, hasil ini berdasarkan nilai rata-rata (Mean) sebesar 29,99 berada diantara skor 27,807 dan 32,173.

3. Berdasarkan hasil penelitian data 4.23 Diatas bahwa $0,743 > 0,235$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen. r_{hitung} 0,743 terletak pada rentang interval koefisien antara 0,70 – 0,90 jadi terdapat pengaruh hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil analisis SPSS 21, uji t untuk variabel X (kepuasan konsumen) $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $55,650 > 1,667$, dari data diatas diketahui bahwa $0,00 < 0,05$ sehingga H_a diteriam dan H_0 ditolak . Sedangkan Berdasarkan hasil analisis SPSS 21, uji t untuk variabel Y (loyalitas konsumen) $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $57,468 > 1,667$, dari data diatas diketahui bahwa $0,000 < 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Jumlah pengaruh tingkat kepuasan konsumen terhadap loyalitas dari output B yaitu sebesar 0,926 jadi persamaan regeresinya adalah $Y=8,403+0,926 X$. Jika variabel kepuasan konsumen naik satu satuan maka tingkat kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,926. Diketahui bahwa *R Square* adalah 0,552. *R Square* dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 55,2% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh loyalitas konsumen. Sisanya 44,8 % berasal dari variabel lainnya diantaranya adalah produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan fasilitas, suasana, ataupun faktor lainnya.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya bisa digunakan sebagai masukan sebagai berikut:

1. Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada pelanggannya sehingga para pelanggan akan menjadi pelanggan yang setia (loyal), maka sebaiknya perusahaan Air Mineral Merek Santri di Majelis Taklim Al Manar Surabaya diharapkan agar tetap terus mempertahankan Kepuasan Konsumen berupa
 - a. Jaminan yaitu terkait dengan pengetahuan, kesopanan, kemampuan dan sifat dapat percaya yang dimiliki oleh pegawai, terbebas dari adanya risiko yang tinggi, menghindari kesalahan, dan menjauhkan keraguan-raguan yang dirasakan oleh konsumen.
 - b. Keandalan yaitu terkait kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat, serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
 - c. Daya Tanggap yaitu terkait dengan kemampuan pegawai yang ada untuk membantu konsumen dalam memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh pegawai serta memberikan pelayanan terbaik yang mampu untuk dilakukan.
2. Diharapkan perusahaan Air Mineral Merek Santri di Majelis Taklim Al Manar Surabaya mampu meningkatkan kualitas pelayanan jasa pengiriman paket dengan meningkatkan keahlian dan keterampilan dalam melayani pelanggan secara cepat dan tepat waktu baik secara offline maupun online.

Di samping itu perusahaan Air Mineral Merek Santri juga harus membenahi SDM yang mumpuni dan ditambahnya *Operational Server* serta perbaikan sistem *web* Air Mineral Merek Santri supaya tidak ada lagi *web* yang *offline* ataupun tidak *update*. Pihak perusahaan Air Mineral Merek Santri juga dapat memberlakukan sistem jaminan yang lebih jelas dan mendetail akan barang paket yang hilang atau rusak

3. Disarankan juga kepada perusahaan Air Mineral Merek Santri di Majelis Taklim Al Manar Surabaya untuk meningkatkan Pelayanan Karyawan, Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Fasilitas, Suasana karena ini juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa atau produk tersebut.
4. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain di luar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini dan peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian (mengkaitkan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dengan faktor-faktor lain yang belum tercantum dalam penelitian ini).