

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengacu pada hasil analisis yang berhubungan dengan rumusan masalah pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan seperti berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepuasan (X) pada Minimarket Sakinah 212 Mart Kediri dalam kategori cukup. Hal ini didasarkan pada tabel kategorisasi yang memperlihatkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 39.08. Nilai tersebut diperoleh dari keseluruhan jumlah total kepuasan pelanggan dibagi dengan jumlah sampel total (158 responden) dan standar deviasinya sebesar 3,484. Berdasarkan pengklasifikasian dan pengkategorian dipaparkan pada tabel dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan Minimarket Sakinah 212 Mart Kediri dalam kategori cukup yakni berada diantara skor 37,338 dan 40,882.
2. Hasil analisis memperlihatkan bahwa variabel loyalitas pelanggan (Y) pada Minimarket Sakinah 212 Mart Kediri dalam kategori cukup. Hal ini didasarkan pada tabel kategorisasi yang menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 40,05 dan standar deviasinya yaitu 4,079 yang berada diantara skor 38,0105 dan 42,0895. Nilai tersebut diperoleh dari keseluruhan jumlah total loyalitas pelanggan dibagi dengan jumlah sampel total (158 responden).
3. Berdasarkan dari data hasil perhitungan korelasi yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 21, dimana didapat data kepuasan dan loyalitas pelanggan menunjukkan nilai *pearson correlation* sebesar 0,740

yang artinya 0,740 berada diantara 0,61-0,80 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana kurang dari 0,005. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa variabel X terhadap variabel Y memiliki korelasi dengan derajat hubungan yaitu kuat atau tinggi dan bentuk hubungannya adalah positif. Bentuk hubungan yang positif adalah semakin tinggi variabel X maka semakin tinggi pula variabel Y begitu pula sebaliknya. Hasil analisis data diperoleh variabel kepuasan (X) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) Minimarket Sakinah 212 Mart Kediri. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} sebesar 13,748 > nilai t_{tabel} sebesar 0,1562 dengan nilai sig 0,00 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa ada pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan dari analisis regresi sederhana diperoleh model persamaan $Y = 6,189 + 0,866X$ Persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta variabel Y adalah 6,189. Sedangkan koefisien regresi X sebesar 0,866, hal ini berarti setiap penambahan 1% nilai kepuasan, maka nilai loyalitas bertambah sebesar 0,866. Koefisien regresi tersebut bersifat positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh X terhadap Y adalah positif. Berdasarkan uji determinasi diperoleh hasil bahwa besarnya pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,548 atau 54,8%, sedangkan sisanya yaitu 45,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang dipakai dalam penelitian ini, seperti

kepercayaan, *emotional bonding*, kemudahan dan pengalaman dengan perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan:

1. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut membuat peneliti ingin menyarankan agar pihak toko dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya meningkatkan pelayanan dan fasilitas serta menambah lebih beragam produk-produk kebutuhan pokok.
2. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti dapat menggunakan faktor variabel loyalitas yang lain sebab faktor kepuasan pelanggan memiliki kontribusi sebesar 54,8%, dan dapat disimpulkan masih ada faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memberikan data yang lebih baik serta memperluas pembahasan mengenai variabel dan pengukuran variabel lainnya.