

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Kosmetik Wardah di Venus Salon Supplier Kota Kediri dihitung berdasarkan uji signifikansi, digunakan untuk menentukan taraf signifikansi atau linieritas dari regresi. Dari tabel diketahui bahwa nilai t hitung adalah sebesar 2,044. nilai t tersebut akan dibandingkan dengan nilai t tabel ( $n= 81$ ,  $df=79$ ) yaitu 1.66. Dibandingkan dengan nilai t tabel, nilai t hitung lebih besar dari t tabel sehingga  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dan loyalitas pelanggan pada Kosmetik Wardah di Venus Salon Supplier Kota Kediri.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Kosmetik Wardah di Venus Salon Supplier Kota Kediri dihitung berdasarkan uji signifikansi, digunakan untuk menentukan taraf signifikansi atau linieritas dari regresi. Dari tabel diketahui bahwa nilai t hitung adalah sebesar 8,923. nilai t tersebut akan dibandingkan dengan nilai t tabel ( $n= 81$ ,  $df= 79$ ) yaitu 1.66. Dibandingkan dengan nilai t tabel, nilai t hitung lebih besar dari t tabel sehingga  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan pada Kosmetik Wardah di Venus Salon Supplier Kota Kediri.

3. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Kosmetik Wardah di Venus Salon Supplier Kota Kediri dilihat dari hasil perhitungan Uji t dalam penelitian ini. Tabel uji signifikansi, digunakan untuk menentukan taraf signifikansi dari regresi. Kriteria dapat ditentukan berdasarkan uji nilai signifikansi (Sig), dengan ketentuan jika nilai Sig < 0,05. Diperoleh nilai Sig. = .000, berarti nilai Sig.< dari kriteria signifikan (.05). Dengan demikian model persamaan regresi berganda berdasarkan data penelitian adalah signifikan, atau terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Kosmetik Wardah di Venus Salon Supplier Kota Kediri (.00<.05). Nilai KD yang diperoleh adalah 0,579 Sehingga dapat ditafsirkan bahwa variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh kontribusi sebesar 57,9% terhadap variabel loyalitas pelanggan dan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu *service quality*, *emotional factor*, dan kemudahan mendapatkan produk.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari kesimpulan dan implikasi diatas, kualitas produk, dan harga merupakan salah satu kunci utama yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan konsumen karena padadasarnya harga dan kualitas produk mempunyai hubungan yang kuat dan peranan yang cukup dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan konsumen Oleh sebab itu penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut ini :

1. Dengan adanya hubungan positif dan signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Kosmetik Wardah di Venus Salon

Supplier Kota Kediri, maka diharapkan Wardah dapat terus menjaga kualitas produknya agar dapat membuat konsumen memutuskan untuk membeli dan membuat konsumen menjadi *loyal* terhadap Wardah.

2. Menentukan harga dan kualitas produk yang tepat dapat membantu Wardah untuk melakukan pemasarannya. Dengan demikian pelaksanaan pemasaran dapat tersusun dan terorganisir dengan tepat sehingga setiap pelaksanaan pemasaran menimbulkan hasil yang maksimal serta positif.