

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini dan penyajian data yang terkumpul maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kepuasan produk sabun mandi lifebuoy pada Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri termasuk dalam kategori cukup. Hal ini dibuktikan dari table interpretasi true score nilai rata – rata (mean) sebesar 39,09 pada score 36,3125 dan 41,8675.
2. Variabel loyalitas pelanggan produk sabun mandi lifebuoy pada Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri termasuk dalam kategori cukup. Hal ini dibuktikan dari table interpretasi true score nilai rata – rata (mean) sebesar 33,02 berada pada score 30,371 dan 35,669.
3. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan produk sabun mandi lifebuoy pada Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri memiliki hubungan antara variabel kepuasan (X) dan variabel loyalitas pelanggan (Y) terdapat hubungan yang kuat. Hubungan yang kuat tersebut diperoleh dari nilai pearson correlation sebesar 0,816 berada diantara score 0,70 – 0,90. Jika nilai sig > 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima sebaliknya, jika nilai sig < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dari data diatas diketahui bahwa nilai sig adalah 0,000. Nilai sig lebih kecil dari 0,05 yakni $0,000 < 0,05$ sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Pengaruh

variabel kepuasan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 6,66 % dan sisanya 33,4 % di pengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan. Seperti kemudahan, kepercayaan, emosional dan pengalaman.

B. Saran

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

1. Bagi Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri

Sehubungan dengan penilaian responden pelanggan sabun mandi lifebuoy pada Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri cukup baik, maka perusahaan dapat mengetahui tingkat loyalitas pelanggannya. Karena pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan perlu dipertahankan oleh perusahaan dengan menjaga bahwa kepuasan merupakan faktor utama yang dipertimbangkan terlebih dahulu oleh konsumen dalam loyalitas pelangga untuk penggunaan produk sabun mandi lifebuoy di bandingkan dengan merek sabun mandi yang lain.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti factor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, misalnya factor kemudahan, kepercayaan, emosional, atau pengalaman. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam penelitian loyalitas pelanggan, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap

pelanggan, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari angket yang jawabanya telah tersedia.