

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Pada penelitian ini, dilakukan pengujian terhadap variabel independen yang terdiri dari Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Pelayanan, Pembelian dan Kepuasan Pelanggan. Pengujian tersebut dikaitkan antara hubungan variabel tersebut terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen. Data yang diperoleh dari hubungan antara variabel independen dengan dependen yang ada, diolah dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic 20*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil pengujian sebagai berikut :

- a. Uji validitas yang dilakukan dari hasil jawaban responden menunjukkan bahwa item-item indikator pada setiap variabel independen maupun dependen yang digunakan dalam penelitian adalah valid dimana nilai r hitung $>$ nilai r tabel.
- b. Uji reliabilitas yang dilakukan dari hasil jawaban responden menunjukkan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian adalah *reliabel* atau dengan nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60.
- c. Persamaan regresi Produk, Harga, Distribusi Promosi, Pelayanan, Pembelian dan Kepuasan Pelanggan pada penelitian ini adalah
$$Y = 1,898 + (-0,22)X_1 + 0,280X_2 + (-0,007)X_3 + (-0,409)X_4 + 0,210X_5 + 0,241X_6 + 0,544X_7$$
 dengan koefisien determinasi (R^2) 0,205.

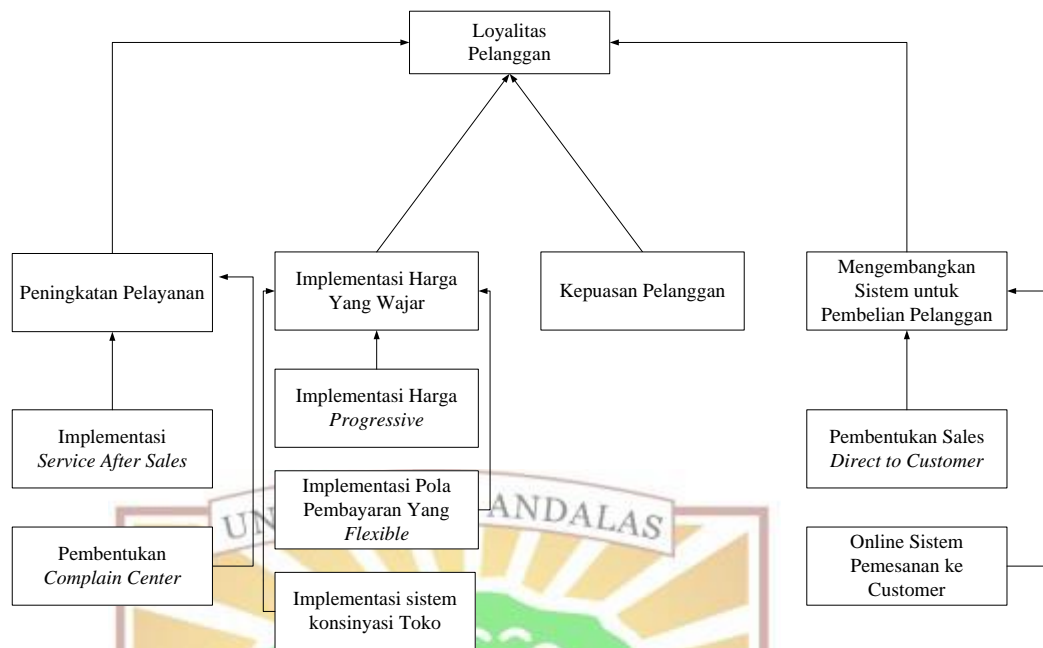
- d. Berdasarkan nilai t hitung $< t$ tabel untuk **variabel Produk, variabel Distribusi dan variabel Pelayanan** maka variabel tersebut berada pada daerah penerimaan H_0 sehingga variabel tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan t hitung $> t$ tabel untuk **variabel Harga, Variabel Promosi, Variabel Pembelian dan variabel Kepuasan Pelanggan** maka variabel tersebut berada pada daerah penolakan H_0 sehingga variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- e. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai F hitung sebesar 5.727 (*Sig.* 0.000), sehingga F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak artinya variabel independen (Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Pelayanan, Pembelian dan Kepuasan Pelanggan) secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan).

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang dapat diterima berjumlah sebanyak 4 Hipotesis yang meliputi Hipotesis 2, Hipotesis 5, Hipotesis 6 dan Hipotesis 7. Sedangkan Hipotesis yang tidak dapat diterima berjumlah sebanyak 3 Hipotesis yang meliputi Hipotesis 1, Hipotesis 3 dan Hipotesis 4.

5.2. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi yang penting baik secara akademis maupun bagi PT Semen Padang yang menjadi objek penelitian. Dengan adanya penelitian ini, PT Semen Padang mendapatkan informasi tentang variabel-variabel yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Dalam re-desain strategi pemasaran, PT Semen Padang agar memperhatikan variabel-variabel penguat dan variabel-variabel pelemah serta variabel-variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian variabel yang berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan adalah variabel Harga, variabel Pembelian dan variabel Kepuasan Pelanggan sedangkan variabel berpengaruh negatif signifikan adalah variabel Promosi, untuk itu PT Semen Padang harus mempertimbangkan variabel-variabel tersebut dalam penyusunan strategi pemasaran sehingga akan memberikan peningkatan Loyalitas Pelanggan secara maksimal dengan biaya yang optimal.

Adapun beberapa usulan strategi yang dapat dipergunakan untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebagaimana dapat terlihat pada gambar 6 berikut :



Gambar 6. Usulan Strategi Peningkatan Loyalitas PT Semen Padang

Sedangkan manfaat bagi akedemisi dapat dijadikan sebagai referensi untuk penentuan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Industri Persemenan.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan pada objek yang dipilih, terdapat beberapa keterbatasan yang ditemui dan saran yang dapat diungkapkan antara lain :

- a. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Pelayanan, Pembelian dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sehubungan pengujian hanya terbatas variabel-variabel independen tersebut, maka disarankan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel motivasi, variabel

persepsi, variabel pembelajaran dan variabel sikap yang berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan.

- b. Jumlah responden pada penelitian ini hanya dibatasi pada pelanggan yang terdaftar di PT Semen Padang.

