

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Variabel-variabel atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, pelabelan, pelayanan, dan jaminan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen keripik pedas Maicih. Dan variabel-variabel atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, pelabelan, pelayanan, dan jaminan berpengaruh parsial terhadap loyalitas konsumen keripik pedas Maicih.
2. Variabel jaminan adalah variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen keripik pedas Maicih.

#### **5.2 Saran**

1. Diketahui bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan variabel atribut produk lainnya. Untuk itu Maicih sebaiknya dapat menggunakan jaminan atau garansi sebagai kunci untuk membuat pelanggan menjadi loyal. Sebagai contoh mungkin Maicih dapat membuat produk yang tahan lama, tidak memberi bahan pengawet, dan terjamin kehalalannya.
2. Variabel pelayanan terbukti mempunyai pengaruh yang paling kecil terhadap loyalitas konsumen keripik pedas Maicih. Oleh karena itu

sebaiknya pihak Maicih dapat fokus untuk meningkatkan pelayanannya dengan memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan informasi yang lebih valid dengan media yang valid pula, dan memberikan informasi mengenai cara penggunaan, pembuatan, dan bagaimana keripik pedas tersebut dapat nyaman dimakan juga memberikan rasa sesuai selera pasar.

3. Bagi peneliti selanjutnya, Dari hasil analisis diketahui bahwa masih ada variabel-variabel atribut produk dari teori lain selain yang digunakan dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh loyalitas konsumen, sehingga disarankan bagi peneliti-peneliti lain untuk meneliti variabel-variabel selain yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat dijadikan sebuah referensi dalam bidang keilmuan khususnya atribut produk dan loyalitas konsumen.