

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Variabel bebas yang terdiri dari pelaku persepsi, target, situasi, keistimewaan atau ciri produk dan kehandalan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan dalam loyalitas konsumen sabun Lux cair. Artinya variabel bebas tersebut dapat dijadikan referensi dan tolak ukur dalam loyalitas konsumen.
2. Hasil analisis regresi dalam uji t secara individual (parsial), variabel yang berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen dari variabel Persepsi adalah Variabel Pelaku persepsi mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.10$ dan situasi mempunyai nilai beta sebesar $0.002 < 0.10$, sedangkan variabel yang berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen dari variabel kualitas produk adalah keistimewaan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.004 < 0.10$ Sedangkan variabel kehandalan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen karena pada signifikansi $p > 0.10$. adalah Nilai tersebut merupakan yang tertinggi di antara variabel bebas lainnya. Nilai ini menunjukkan bahwa pelaku persepsi, situasi dan keistimewaan atau ciri produk mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap loyalitas konsumen. Hipotesis kedua yang menyatakan pelaku persepsi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

5.2 Saran

Peneliti menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih antaranya, antara lain :

1. Hasil pengujian secara parsial bahwa variabel bebas positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen sabun Lux cair dengan demikian dari hasil penelitian. Peneliti menyarankan bahwa perlu adanya inovasi-inovasi baru pada produksi sabun lux cair ke depannya, artinya tidak hanya mengedepankan variasi keharuman saja tetapi harus memberikan manfaat baru yang diharapkan konsumen. Dengan demikian sabun Lux cair lebih diminati dan membuat konsumen lebih loyal.
2. Sebaiknya pelanggan diberikan kesempatan dalam memberikan masukan untuk memecahkan sebuah permasalahan terutama dalam hal kualitas produk, sehingga konsumen atau pelanggan akan semakin loyal terhadap produk yang sesuai apa yang diharapkan, dalam hal ini akan semakin meningkat pelanggan yang melakukan pembelian pada produk sabun Lux cair.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar menambah variabel bebas yang berkaitan dengan Loyalitas konsumen seperti harga sehingga dapat melengkapi penelitian yang telah dilakukan.