

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *King Label Production* yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ($1,706 < 1,99167$) dan besar pengaruhnya hanya 5,96%.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *King Label Production* yang dibuktikan dengan nilai -thitung lebih besar dari nilai -ttabel ($-0,974 > -1,99167$) dan besar pengaruhnya hanya -1,78%.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *King Label Production* yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($0,974 > -1,99167$) dan besar pengaruhnya adalah sebesar 17,66%.
4. Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terdapat pengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan *King Label Production* yang dibuktikan dengan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ($7,080 > 2,72$) dan besar pengaruhnya adalah sebesar 21,8%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil TCR maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan terdapat nilai TCR terendah pada indikator “Jaminan” dengan Rata-rata Total Capaian Responden (TCR) adalah 78,75%,

maka dari itu diharapkan *King Label Production* untuk mencoba melakukan kebijakan jaminan uang kembali atau penggantian produk apabila terjadi ketidaksesuaian produk yang dipesan oleh pelanggan.

2. Pada variabel produk terdapat nilai TCR terendah pada indikator “Reliabilitas” dengan Rata-rata Total Capaian Responden (TCR) adalah 80,00%, maka dari itu diharapkan *King Label Production* untuk dapat membuat hasil produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan dengan bahan yang terbaik.
3. Pada variabel loyalitas pelanggan terdapat nilai TCR terendah pada indikator “Retention (Persepsi Negatif)” dengan Rata-rata Total Capaian Responden (TCR) adalah 80,33%, maka dari itu diharapkan kepada pihak *King Label Production* untuk dapat meningkatkan pelayanan dan produk yang berkualitas agar pelanggan tidak mudah berpindah ke tempat lain.
4. Pada variabel kepuasan pelanggan terdapat nilai TCR terendah pada indikator “kesediaan merekomendasikan” dengan Rata-rata Total Capaian Responden (TCR) adalah 84,94% berada, maka diharapkan kepada *King Label Production* dapat memberikan diskon kepada pelanggan setia agar pelanggan tersebut dapat merekomendasikan produk *King Label Production* kepada orang lain.