

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan

Setelah dibahas secara mendalam, simpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini mengenai pengaruh persepsi kualitas produk dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mirota Kampus Swalayan, hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
2. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mirota Kampus Swalayan, hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mirota Kampus Swalayan, hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
4. Persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mirota Kampus Swalayan, hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
5. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mirota Kampus Swalayan, hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

6. Persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan Mirota Kampus Swalayan, hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
7. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan Mirota Kampus Swalayan, hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti meyakini dalam penelitian ini masih ada beberapa kelemahan dan kekurangan. Disampaikan melalui keterbatasan penelitian berikut ini:

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel yang terdiri dari persepsi kualitas produk dan persepsi kualitas pelayanan sebagai variabel independen serta variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, oleh karena itu diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan berbagai variabel lainnya yang juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Sampel atau responden yang terdapat pada penelitian ini terbatas pada ruang lingkup di Mirota Kampus Swalayan Jl. C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta saja, jadi dalam penelitian ini belum bisa mewakili seluruh pelanggan di Mirota Kampus Swalayan di cabang yang lain, karena masih banyak cabang Mirota Kampus yang berada di wilayah Yogyakarta.

C. Saran

Berdasarkan dari simpulan dan keterbatasan penelitian. Maka saran-saran yang akan diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti iklan dan harga.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian, karena dalam penelitian ini sampel atau responden yang digunakan terbatas hanya pelanggan di Mirota kampus Swalayan Jl. C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta .
3. Meningkatkan strategi kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga kedepannya bisa berada di posisi sangat baik dimata pelanggan. Sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Serta, lebih lanjut meningkatkan loyalitas pelanggan pada Mirota Kampus Swalayan.