

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang dilakukan yaitu untuk menguji pengaruh atribut pembentuk kepuasan yaitu *Attributes Related to the Product* (Atribut yang berkaitan dengan produk), *Attributes Related to the Service* (Atribut yang berkaitan dengan pelayanan), *Attributes Related to the Purchase* (Atribut yang berkaitan dengan tingkat pembelian) terhadap loyalitas konsumen, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan yang diukur melalui *Attributes Related to the Product* (atribut yang berkaitan dengan produk) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan yang diukur melalui *Attributes Related to the Service* (atribut yang berkaitan dengan pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan yang diukur melalui *Attributes Related to the Purchase* (atribut

yang berkaitan dengan tingkat pembelian) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 4, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan yang diukur melalui *Attributes Related to the Product* (atribut yang berkaitan dengan produk), *Attributes Related to the Service* (atribut yang berkaitan dengan pelayanan), *Attributes Related to the Purchase* (atribut yang berkaitan dengan tingkat pembelian) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

B. SARAN

1. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat memberikan dorongan bagi pihak R.M Mister Sambal Bantul, Yogyakarta untuk terus meningkatkan kualitas produk, layanan dan tingkat pembelian agar tercipta sebuah kepuasan yang menyebabkan loyalitas konsumen sehingga dapat meningkatkan jumlah pembelian produk di R.M Mister Sambal Bantul, Yogyakarta.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggali variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan karena *Adjusted R²* hanya 41,6%.

C. KETERBATASAN

Penelitian ini membatasi wilayah permasalahan yang difokuskan pada kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Penelitian ini hanya didasarkan pada hasil pengumpulan kuesioner, sehingga terjadinya persepsi dengan keadaan sebenarnya sangat mungkin terjadi. Selain itu jumlah responden sangat terbatas yaitu hanya 100 responden sehingga jawaban yang ada masih mewakili sebagian pendapat saja. Penelitian berikutnya mungkin dapat dilakukan dengan jumlah sampel yang lebih besar dari penelitian ini, sehingga diperoleh hasil yang lebih akurat.