BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan harga (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y) produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya. Hasil pengujian secara simultan diketahui bahwa hipotesis kedua yang diajukan terbukti kebenarannya atau H_a diterima H_o ditolak berdasarkan hasil F_{hitung} sebesar 21.606 > dari F_{tabel} sebesar 2.699 dengan signifikan < 0.05 yaitu 0.000.
2. Kualitas Produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y) produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya. Sedangkan variabel harag (X_3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y) produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya. Hasil pengujian secara parsial variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan produk fashion di Zoya Fashion Diponegoro Surabaya dengan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (variabel kualitas produk: $1.98 \leq 4.688$ dan variabel kualitas pelayanan: $1.98 \leq 2.358$) dan nilai signifikasi masing-masing variabel < 0.05, maka dikatakan terima H_a tolak H_o. Artinya. Sedangkan untuk variabel harga karena memiliki nilai t_{tabel} $1.97 \geq t_{hitung}$ 0.709 dan nilai signifikansi 0.480 > 0.05 maka dikatakan terima H_o tolak H_a. Artinya untuk variabel harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan produk fashion di Zoya Fashion Diponegoro Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Adapun hal-hal yang dapat penulis sampaikan sebagai masukan yang bersifat konstruktif terhadap perkembangan Zoya Fashion Diponegoro Surabaya dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

   Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk fashion Zoya, produsen diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk fasion Zoya dan kualitas pelayanan yang ada di Zoya Fashion Diponegoro Surabaya. Selain itu, produsen diharapkan untuk menindaklanjuti tentang produk-produk Zoya yang sudah tidak layak pakai atau terdapat cacat sehingga produk-produk yang dijual benar-benar produk yang berkualitas.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Apabila ada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat loyalitas pelanggan maka disarankan untuk memperhatikan variabel-variabel bebas lain yang berpengaruh dengan loyalitas pelanggan, seperti merek, kepercayaan, dan lainnya. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya membahas yang lebih mendetail dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id