

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan pelanggan PT. Winstar Partical Product, Menganti ó Gresik.

Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian telah dilakukan terhadap permasalahan, maka dapat diambil kesimpulan guna menjawab rumusan masalah. Beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) dan variabel Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik ditemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik. Hal ini dikarenakan segmentasi yang dilakukan peneliti hanya berpusat pada sektor toko usaha material atau bahan bangunan dan para pelanggan yang berdiri sendiri.
2. Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dalam penelitian ini dapat diterima. Pengujian hipotesis tersebut ditemukan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan Galvalume PT.

Winstar Partical Product, Menganti ó Gresik. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

3. Variabel Harga ( $X_2$ ) dalam penelitian ini dapat diterima. Pengujian hipotesis tersebut ditemukan bahwa Harga berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan Galvalume PT. Winstar Partical Product, Menganti ó Gresik. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.
4. Variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) dalam penelitian ini dapat ditolak. Pengujian hipotesis tersebut ditemukan bahwa Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Pelanggan Galvalume PT. Winstar Partical Product, Menganti ó Gresik. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.
5. Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) dalam penelitian ini dapat diterima. Pengujian hipotesis tersebut ditemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.
6. Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) dalam penelitian ini dapat ditolak. Pengujian hipotesis tersebut ditemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di

Menganti ó Gresik. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

## **5.2. SARAN**

Berdasarkan pembahasan pada Bab IV dan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

### **5.2.1. Saran Untuk Perusahaan PT.Winstar Partical Product, Menganti – Gresik**

1. Diharapkan agar PT. Winstar Partical Product, Menganti ó Gresik dapat mempertahankan Kualitas Produk yang sudah baik seperti memberikan kemudahan dalam mendapatkan produk galvalume rangka atap baja ringan.
2. Diharapkan agar PT. Winstar Partical Product, Menganti ó Gresik dapat memberikan kepastian harga produk pada *customer service* pada periode tertentu.
3. Diharapkan agar PT. Winstar Partical Product, Menganti ó Gresik tetap menjaga reputasi yang dimiliki melalui kualitas produk dan harga dengan tetap selalu memonitoring kinerja pelayanan yang diberikan melalui indeks kepuasan pelanggan.

### **5.2.2. Saran Untuk Penelitian Mendatang**

1. Bagi peneliti selanjutnya  
Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain selain variabel bebas kualitas produk

dan variabel kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan pada PT. Winstar Partical Product, Menganti - Gresik.

2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini. Dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.