BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dan dijelaskan dibab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Starindo Karya Rezeki.
2. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada PT Starindo Karya Rezeki.
3. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT Starindo Karya Rezeki.
4. Kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT Starindo Karya Rezeki.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Starindo Karya Rezeki.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT Starindo Karya Rezeki.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini hanya terdapat dua variabel X atau variabel bebas yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat memperbanyak beberapa variabel X atau variabel bebas agar penelitian ini dapat dikembangkan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan agar meneliti perusahaan yang lebih besar dimana jumlah karyawannya lebih banyak, sehingga sampel yang digunakan bisa lebih banyak dan dapat digunakan sebagai hasil penelitian, agar penelitian tersebut bisa lebih maksimal
3. Pada penelitian ini terdapat 128 responden, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambah atau memperbanyak sampel supaya bisa mendapatkan hasil yang akurat serta mampu menggambarkan situasi yang sebenarnya.
4. Pada penelitian ini terdapat hasil yang positif namun tidak signifikan yaitu pada hipotesis H4 hubungan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen yang memiliki nilai *T-Statistic* dibawah 1,96 yaitu sebesar 0,86. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah atau memperbanyak sampel supaya bisa mendapatkan hasil yang maksimal, sehingga hipotesis tersebut menjadi signifikan.
5. Pada penelitian ini terdapat hasil yang negatif namun signifikan yaitu pada hipotesis H6 hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen yang memiliki nilai *original sample* (O) negatif yakni sebesar -0,197. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah atau memperbanyak sampel

supaya bisa mendapatkan hasil yang maksimal, sehingga hipotesis tersebut menjadi positif.