

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Hasil analisis data penelitian dan pembahasan serta pengujian hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya, maka kesimpulan peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kios Dila Tenggarong. Hal ini mengindikasikan bahwa penetapan harga yang sesuai, terjangkau, dan sebanding dengan kualitas produk mampu memberikan nilai positif bagi pelanggan, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan yang dirasakan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kios Dila Tenggarong. Temuan ini mengindikasikan bahwa harga bukan merupakan faktor utama yang secara langsung mendorong pelanggan untuk tetap setia, melainkan terdapat faktor lain seperti kepuasan dan kualitas produk yang lebih dominan dalam membentuk loyalitas.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kios Dila Tenggarong. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan setelah melakukan pembelian.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kios Dila Tenggarong. Artinya, kualitas produk yang konsisten dan sesuai dengan harapan pelanggan mampu mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang serta tetap memilih produk yang sama.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kios Dila Tenggarong. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan yang merasa puas akan cenderung

memiliki komitmen untuk tetap menggunakan produk, melakukan pembelian ulang, serta merekomendasikan kepada orang lain.

6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada Kios Dila Tenggarong. Hal ini berarti bahwa harga tidak secara langsung membentuk loyalitas, namun melalui kepuasan yang dirasakan pelanggan, harga mampu memberikan kontribusi terhadap terbentuknya loyalitas.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada Kios Dila Tenggarong. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, peneliti menyusun beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan konstruktif :

1. Mengingat Harga tidak berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan, maka pemilik usaha Kios Dila Tenggarong disarankan untuk tidak hanya berfokus pada penetapan harga sebagai strategi utama dalam meningkatkan loyalitas. Sebaliknya, perlu lebih menekankan pada peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk dan pelayanan, karena loyalitas terbukti lebih dipengaruhi oleh faktor tersebut.
2. Pemilik usaha disarankan untuk menetapkan harga yang tetap kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk, sehingga mampu mempertahankan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat mendorong loyalitas secara tidak langsung.
3. Mengingat Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, maka pelaku usaha perlu menjaga dan meningkatkan kualitas ikan asin, baik dari segi rasa, kebersihan, maupun daya tahan produk agar tetap konsisten sesuai harapan pelanggan.

4. Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan, pemilik usaha disarankan untuk terus memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, serta menjaga kenyamanan dalam proses pembelian.
5. Mengingat Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas, maka pelaku usaha perlu secara berkala mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan, misalnya melalui umpan balik atau komunikasi langsung, sehingga dapat mengetahui kekurangan dan segera melakukan perbaikan.
6. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, promosi, atau citra merek agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.
7. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas jumlah dan cakupan responden, sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif dan memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai perilaku pelanggan.