

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Ramayana Mall Kudus terhadap konsumen yang berbelanja di Carvil Shoes Ramayana Mall Kudus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek dan inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji parsial pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,520$  dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi 0,013 di bawah 0,05. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,520 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05; artinya terdapat pengaruh signifikan dari Harga terhadap Loyalitas Konsumen
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil parsial pengaruh citra merk terhadap loyalitas konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,276$  dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi 0,025 dibawah 0,05. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,276 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05; maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan dari citra merk terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa loyalitas konsumen *Carvil Shoes* di Ramayana Kudus dipengaruhi oleh citra merk yang melekat pada produk tersebut.
3. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji parsial pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung} = 3,203$  dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi 0,002 dibawah 0,05. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,203 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan dari inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa loyalitas konsumen *Carvil Shoes* di Ramayana Kudus dipengaruhi oleh daya tarik produk baru,

tambahan aksesoris baru pemberian garansi produk dan kenyamanan yang dimiliki produk tersebut.

4. Berdasarkan hasil uji F Pengaruh harga, citra merk dan inovasi produk terhadap loyalitas konsumen menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 96$  adalah  $= 18,001$  dengan  $sig = 0,000$ . Pengujian dengan membandingkan  $sig = 0,000 < \alpha = 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Apabila pengujian dengan membandingkan  $F_{hitung} = 18,001 > F_{tabel} = 2,70$ , sehingga  $H_0$  ditolak. Berdasarkan hasil pengujian dan interpretasi tersebut, dapat disimpulkan dari uji ini bahwa secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan dari harga, citra merk dan inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian pada nilai Koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,340. Apabila dipersentasekan, nilai tersebut adalah sebesar 34,00 %. Dengan demikian harga, citra merk dan inovasi produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 34,00 %.

## B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini meskipun sudah diupayakan secara optimal, namun masih terdapat keterbatasan dalam penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi jumlah variabel yang dilibatkan masih sangat terbatas, yaitu harga, citra merek dan inovasi produk. Selain itu penelitian ini hanya mengambil sampel dari konsumen *Carvil Shoes* di Ramayana Mall Kudus saja, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh Provinsi Jawa Tengah, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik ditambahkan metode wawancara dan survei langsung, sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.

## C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, setiap konsumen menyadari hubungan yang relatif antara harga dan tingkat harapan mereka tentang produk yang akan dibeli. Selanjutnya, kuota dari suatu harga yang ditawarkan dapat dibandingkan

dengan pengalaman dan harapan konsumen, sehingga harga yang ditawarkan dapat diterima atau setidaknya sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual oleh perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi, sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dengan menambahkan variabel bebas yang lebih banyak

## D. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna meskipun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dan sangat dangkalnya pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati mengharapka kritik dan saran yang membangun dari pembacademi kesempurnaan dalam skripsi ini.

Atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Dan doa penulis semoga skripsi ini dikemudian hari dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan semua pihak pada umumnya, yang benar-benar membutuhkannya. Amin.