

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perhitungan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Petang Palembang, dapat dilihat dari hasil perbandingan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,788 > t_{tabel}$  sebesar  $1,986$  dan hasil perbandingan taraf signifikan sebesar  $0,006 < 0,05$ , dapat diartikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Perhitungan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa promosi media sosial *Instagram* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Petang Palembang, dapat dilihat dari hasil perbandingan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,865 > t_{tabel}$  sebesar  $1,986$  dan hasil perbandingan taraf signifikan sebesar  $0,005 < 0,05$ , dapat diartikan bahwa promosi media sosial *Instagram* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
3. Perhitungan uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi media sosial *Instagram* berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Petang Palembang, dapat dilihat dari hasil perbandingan  $F_{hitung}$  sebesar  $39,227 > F_{tabel}$  sebesar  $3,10$  dengan taraf signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Kemudian besarnya pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk dan promosi media sosial *Instagram* terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan adalah sebesar  $46,3\%$ . Sedangkan sisanya  $53,7\%$  dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kegiatan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka penulis menyarankan perusahaan agar dapat melakukan beberapa hal berikut ini:

1. Kopi Petang Palembang diharapkan untuk mempertahankan, memperhatikan, serta meningkatkan indikator kualitas produk karena memiliki pengaruh yang cukup signifikan
2. an dalam menciptakan loyalitas pelanggan yang akan meningkatkan volume penjualan yaitu dengan mempertahankan kualitas produk terutama dari indikator kinerja (*performance*), kehandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), dan estetika (*aesthetic*). Sedangkan pada indikator ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) dan indikator kemampuan melayani (*serviceability*) sebaiknya Kopi Petang Palembang lebih memperhatikan indikator tersebut dengan melakukan evaluasi atau pembaharuan dari segi kemasan produk agar lebih praktis dan mudah untuk dibawa. Menambah varian kopi serta meningkatkan keahlian akan kehandalan para pegawai dalam melakukan pekerjaannya. Dengan begitu pelanggan akan merasa puas dan tidak akan merasa kecewa sehingga dapat membuat pelanggan melakukan pembelian kembali.
3. Kopi Petang Palembang sebaiknya tetap mempertahankan dan lebih meningkatkan indikator promosi media sosial *Instagram* karena memiliki pengaruh yang cukup signifikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terutama pada indikator konteks (*context*), komunikasi (*communication*), dan kolaborasi (*collaboration*). Sedangkan untuk indikator koneksi (*connection*) Kopi Petang Palembang harus lebih banyak meng-*upload* atau *share* informasi tentang produk-produk yang ditawarkan di *Instagram* Kopi Petang Palembang. Dengan begitu, pelanggan dapat lebih mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Kopi Petang Palembang.
4. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, karena dalam penelitian ini diketahui pengaruh kualitas produk dan promosi media sosial *Instagram* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 46,3% sehingga 53,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian seperti variabel harga, citra merek, kepercayaan, dan variabel lain yang belum diketahui.