

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada Apotek Confi-D. Kesimpulan berikut disusun berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, serta mengacu pada pengujian hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya:

1. Variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Hal ini menunjukkan bahwa harga yang sesuai mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dirasakan.
3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini membuktikan bahwa pelanggan yang puas akan cenderung loyal terhadap apotek.
4. Variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Ini menunjukkan bahwa harga yang kompetitif mampu meningkatkan loyalitas pelanggan secara langsung.

5. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas berkontribusi langsung terhadap loyalitas pelanggan.
6. Variabel Harga (X1) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Artinya, kepuasan pelanggan memperkuat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.
7. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini membuktikan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi, pada Apotek Confi-D Sooko Mojokerto.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan agar Apotek Confi-D terus menjaga dan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap harga dengan cara mempertahankan keterjangkauan harga, memberikan promo yang relevan, serta menjaga transparansi harga. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan baik dari

segi kecepatan, keramahan, dan kenyamanan fasilitas juga perlu dijaga untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke lebih dari satu apotek atau wilayah, serta menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, nilai pelanggan, atau citra merek agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam.