

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen, dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi, pada konsumen Mie Gacoan di Kota Mojokerto.

Kesimpulan berikut disusun berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan, serta mengacu pada pengujian hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

1. Berdasarkan uji hipotesis terhadap variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (H1), diperoleh nilai p-value sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 4,166. Karena nilai $p < 0,05$ dan $t > 1,96$, maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Berdasarkan uji hipotesis terhadap variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (H2), diperoleh nilai p-value sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,365. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Berdasarkan uji hipotesis terhadap variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen (H3), diperoleh nilai p-value sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 3,508. Hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

4. Berdasarkan uji hipotesis terhadap variabel Harga terhadap Loyalitas Konsumen (H4), diperoleh nilai p-value sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 4,327. Dengan nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.
5. Berdasarkan uji hipotesis terhadap variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (H5), diperoleh nilai p-value sebesar 0,001 dan t-statistik sebesar 3,323. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.
6. Berdasarkan uji pengaruh tidak langsung antara variabel Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan (H6), diperoleh nilai p-value sebesar 0,014 dan t-statistik sebesar 2,446. Karena nilai $p < 0,05$ dan $t > 1,96$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan dari Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan.
7. Berdasarkan uji pengaruh tidak langsung antara variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan (H7), diperoleh nilai p-value sebesar 0,004 dan t-statistik sebesar 2,850. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan dari Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan.

5.2 Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas konsumen, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Mie Gacoan

perlu menjaga konsistensi kualitas produknya dan menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Kepuasan pelanggan juga harus terus ditingkatkan karena terbukti memediasi hubungan antara variabel bebas dengan loyalitas.

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Mie Gacoan di Kota Mojokerto, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi untuk seluruh wilayah. Selain itu, pendekatan yang digunakan hanya bersifat kuantitatif sehingga belum menggali secara mendalam alasan konsumen merasa puas atau loyal.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lokasi penelitian ke daerah lain dan menggunakan pendekatan campuran (kuantitatif dan kualitatif). Selain itu, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti citra merek, kualitas layanan, atau pengalaman pelanggan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.