

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian yang menguji ketujuh hipotesa yang terdapat dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan dari hipotesa tersebut.

1. Pengaruh variabel eksogen yang memiliki pengaruh paling besar adalah pengaruh antara *customer perceived value* terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditemukan bahwa penerimaan nilai yang diterima pelanggan pada produk jenang mubarak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan Nilai rata-rata tanggapan responden pada variabel *customer perceived value* yang mempunyai nilai tertinggi pada indikator “senang” artinya pelanggan merasa senang terhadap pembelian produk jenang mubarak dibandingkan dengan produk lain, karena dengan adanya banyak varian, dan nilai rasanya juga beda dengan yang lain.
2. Nilai rata-rata tanggapan responden pada variabel kualitas produk yang mempunyai nilai tertinggi pada indikator “kesesuaian produk dengan spesifikasi yang sudah tertulis”, artinya responden menilai bahwa produk jenang mubarak mempunyai kesesuaian produk dengan spesifikasi yang sudah tertera atau ditampilkan di produk. Hal ini tulisan yang tertera atau melekat pada produk sudah sesuai

dengan produk fisiknya, hal ini pelanggan mempunyai kepuasan atas kesamaan antara produk dan informasi yang diberikan pada spesifikasi.

3. Nilai rata-rata tanggapan responden pada variabel inovasi produk yang mempunyai nilai tertinggi pada indikator “perluasan lini”, artinya responden menilai bahwa produk jenang mubarak mempunyai lini produk yang banyak dan disisilain Mubarakfood tidak hanya menjual produk jenang tetapi terdapat produk-produk lain juga. Hal ini akan mempermudah pelanggan dalam memilih varian produk Jenang maupun produk yang lain.
4. Nilai rata-rata tanggapan responden pada variabel kepuasan pelanggan yang mempunyai nilai tertinggi pada indikator “pelayanan keseluruhan memuaskan”, artinya bahwa pelanggan merasa pelayanan yang diberikan oleh Munarokfood adalah baik, sopan, dan ramah. Hal ini pelanggan merasa puas atas jasa pelayana yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan terhadap pelanggannya. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.
5. Nilai rata-rata tanggapan responden pada variabel loyalitas pelanggan yang mempunyai nilai tertinggi pada indikator “ketahanan dari pengaruh negatif (*retention*) atau tidak tergoda dengan merek lain”, artinya bahwa pelanggan mempunyai pendirian yang kokoh

terhadap citra Jenang mubarak dan tidak tergođa oleh produk merek lain.

6. Pengaruh variabel langsung dari variabel dalam penelitian a). Kualitas produk, inovasi produk, dan *customer perceived value* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, b). Kualitas produk, dan kepuasan pelanggan, mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan inovasi produk dan *customer perceived value tidak* memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
7. Pengaruh variabel tidak langsung yaitu kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh *mediating* sangat kuat antara Kualitas produk, inovasi produk, dan *customer perceived value* terhadap loyalitas pelanggan.

6.2 Implikasi

6.2.1 Implikasi Teoritis

Memperkaya dan menambah khasanah ilmu pengetahuan guna meningkatkan kualitas pembelajaran khususnya yang berkaitan dengan pengembangan bahan ajar mengenai pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan *customer perceived value* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

6.2.2 Implikasi Manajerial

Bagi Mubarokfood Cipta Delicia dengan produk Jenang Mubarok perlu mempertimbangkan faktor untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Diharap manajemen Mubarokfood Cipta Delicia lebih focus terkait dengan kepuasan pelanggan, dengan meningkatkan :

1. Kualitas produk, hal ini menjadi penting bagi perusahaan dalam memperhatikan kualitas produk, dimana kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.
2. Inovasi produk, merupakan faktor penting bagi perkembangan atau mempertahankan perusahaan dititik puncak salah satu indikasinya adalah dalam membuat suatu produk dunia dan mengembangkan produk yang sudah ada. Perusahaan harus mampu mempertahankan dan mengembangkan inovasi produk, hal ini ditemukan bahwa inovasi produk tidak hanya memperluas produk, tetapi nilai yang diinginkan pelanggan terpenuhi seperti adanya improvement produk. Jadi inovasi dengan produk yang sudah ada dan disempurnakan apa yang diinginkan pelanggan.
3. Nilai yang diterima pelanggan itu salah satu penting bagi perusahaan dimana perusahaan harus jeli dan sensitive terhadap faktor ini. Karena ini menyangkut psikologis pelanggan, perusahaan harus

mampu membuat pelanggan merasa senang atas pembelian produk mubarakfood, dan harapan pelanggan sesuai.

6.3 Agenda penelitian mendatang

Peneliti menyadari bahwa adanya beberapa keterbatasan yang timbul dalam penelitian ini. Dengan keterbatasan ini, diharap dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. sebagai berikut :

1. Bagi peneliti mendatang sebaiknya dalam mengambil tempat/lokasi penelitian yang sama maka perlu adanya hasil penelitian dengan melakukan pendekatan kepada responden secara persuasif diharapkan dalam pencarian data kepada responden bisa ditanggapi secara baik.
2. Mengenai agenda penelitian yang akan datang diharapkan dapat meneliti variable-variable lain diluar variable yang telah diteliti ini, agar memperoleh hasil yang lebih baik dan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dan waktu penelitian upaya jarak waktunya lebih panjang lagi.