

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan berdasarkan teori yang telah diuraikan pada bab I sampai bab III, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa kualitas produk Aqua dinilai baik oleh konsumen. Terdapat 3 dimensi dalam menentukan kualitas produk yaitu kinerja produk, fitur produk, dan kesesuaian Aqua dengan spesifikasi produk yang diharapkan konsumen. Aqua dinilai baik oleh konsumen dapat ditunjukkan dengan adanya kesesuaian dengan spesifikasi produk Aqua yang diharapkan oleh konsumen. Rata – rata sebesar 59,9% masyarakat berkontribusi menyatakan bahwa Aqua memiliki kesesuaian spesifikasi produk yang diharapkan konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Aqua masih dinilai baik oleh konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, konsumen masih loyal terhadap produk merek Aqua. Loyalitas ini ditunjukkan oleh kesediaan konsumen melakukan pembelian ulang produk Aqua dan memberikan rekomendasi kepada konsumen lain untuk selalu membeli dan menggunakan air mineral Aqua setiap membutuhkan air mineral dalam kemasan. Rata – rata sebesar 52,4% masyarakat berkontribusi menjawab setuju telah melakukan pembelian ulang terhadap produk Aqua dan rata – rata sebesar 50,4% masyarakat

berkontribusi menyatakan bahwa telah merekomendasikan Aqua kepada konsumen lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumen masih loyal terhadap produk merek Aqua.

3. Berdasarkan hasil penelitian ini, ternyata ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk merek Aqua. Uji regresi linier sederhana secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk memiliki nilai signifikansi 0,000 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari alfa sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian berdasarkan data hasil penelitian ini memiliki nilai R^2 (*R Squared*) sebesar 0,522. Koefisien determinasi tersebut memiliki maksud bahwa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 52,2%, sisanya yaitu sebesar 47,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk Aqua.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini, peneliti ingin memberikan beberapa saran yang dapat disampaikan yaitu :

1. Bagi Pelanggan Air Mineral Aqua

Pelanggan sebaiknya tidak perlu khawatir terhadap kualitas produk Aqua karena perusahaan yang memproduksi Aqua akan terus meningkatkan kualitas produknya dan mengupayakan adanya penanganan yang tanggap jika adanya kerusakan produk..

Kemudian AQUA diproses dengan teknologi tinggi dan penuh kontrol kualitas di setiap titiknya. AQUA juga selalu memperhatikan kualitas produknya, mulai dari pemilihan sumber, pemrosesan sampai dengan penanganan produk. Oleh karena itu, konsumen juga sebaiknya berpikir selektif dan rasional dalam memilih suatu produk air mineral dalam kemasan yang akan dikonsumsi, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Peneliti lain diharapkan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan menambah objek penelitian atau tidak hanya wilayah bekasi saja, melainkan di beberapa wilayah.