

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan dari penyebaran kuisisioner melalui *G-Form* dengan menyebarkan kuisisioner kepada 147 responden yang ada. Responden kuisisioner ini adalah konsumen dari Depot Suramadu yang ada di Kota Surabaya. Penelitian ini dilakukan untuk melihat analisa hubungan antara Kepercayaan Konsumen, Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Depot Suramadu. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan telah diolah kemudiann di analisis, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Depot Suramadu, karena semakin tinggi rasa Kepuasan Konsumen yang dimiliki tersebut, maka akan semakin meningkat baik pula Loyalitas Konsumennya.
- b. Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Depot Suramadu, sehingga hipotesis kedua mengenai Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen ini ditolak.
- c. Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Depot Suramadu, sehingga hipotesis ketiga mengenai Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen ini ditolak.

## **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya adalah :

- a. Penelitian ini dilakukan pada masa pandemic covid19, sehingga tidak bisa bertemu langsung dengan responden. Untuk itu kuisisioner disebarakan melalui media sosial yaitu *Whatsapp* dan *Instagram*
- b. Informasi yang diberikan responden melalui kuisisioner ini tidak sepenuhnya menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi mungkin karena adanya perbedaan pendapat, pemikiran, dan pemahaman tiap responden dalam mengisi, juga faktor kejujuran dalam mengisi pendapat responden dalam kuisisionernya.

## **5.3. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut :

### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Peneliti melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden.
- b. Peneliti menambahkan variabel lain yang mungkin lebih banyak berpengaruh dalam penelitian ini.
- c. Peneliti diharapkan lebih banyak membaca referensi atau jurnal.

### **2. Bagi Depot Suramadu**

- a. Diharapkan agar kedepannya bisa lebih mengembangkan kualitas terhadap produknya, agar dapat meningkatkan rasa puas dan loyalitas pada konsumennya.
- b. Kepercayaan Konsumen dan Harga adalah hal yang penting dalam berdagang, diharapkan Depot Suramadu dapat meningkatkan kembali rasa kepercayaan konsumennya dan juga harga yang diberikan, agar konsumen dapat lebih loyal kedepannya.
- c. Harga adalah hal yang penting dalam bisnis dagang, maka dari itu keterjangkauan harga yang diberikan Depot Suramadu, diskon yang diberikan, kemudian besar porsi yang diberikan harus dapat diperbaiki lagi agar konsumen dapat menerima keloyalan dari harga yang diberikan dan merasa tidak rugi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arciniegas Paspuel, O. G., Álvarez Hernández, S. R., Castro Morales, L. G., & Maldonado Gudiño, C. W. (2021). Inteligencia emocional en estudiantes de la Universidad Autónoma de Los Andes. *Revista Conrado*, 17(78), 127-133. (2021).
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Aribowo, Lubis, A., & Sabrina, H. (2020). Pengaruh Loyalitas dan Integritas terhadap Kebijakan Pimpinan di PT. Quantum Training Centre Medan. *Jurnal Mahasiswa*, 2–18.
- Chou, S.-K., Kohsuwan, P., & Thanabordeekij, P. (2019). The Impact of Corporate Image, Service Quality, Trust, and Perceived Value on Chinese Customer Satisfaction and Loyalty: Medical Services in Thailand. *Human Behavior, Development and Society*, 20(3), 41–51.
- Delima, A., Ashary, H. M., & Usman, O. (2019). Influence of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop). *SSRN Electronic Journal*, 1–15. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3308707>
- Dewi, N. L. P. A., Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2019). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(November), 1689–1699.
- Fitriani, L. N., Nurhadi, E., & Parsudi, S. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun. *Berkala Ilmiah AGRIDEVINA*, 7(2), 116–130. <https://doi.org/10.33005/adv.v7i2.2101>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (8TH ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlina, E. S. (2020). Instrumen Kemampuan Membaca Permulaan (Studi Pengembangan Pada Anak Kelompok B Taman Kanak-kanak di Wilayah Kotamadya Jakarta Timur 2019 ). *Jurnal Pionir LPPM UNIVERSITAS ASAHAN*, 6(2), 183–190.
- Kustiyoasih, M. P., Adriani, M., & Nindya, T. S. (2017). Penyelenggaraan

Makanan Dan Kepuasan Konsumen Di Kantin Lantai 2 Rumah Sakit Universitas Airlangga Surabaya. *Media Gizi Indonesia*, 11(1), 11. <https://doi.org/10.20473/mgi.v11i1.11-16>

Lie, D., Sudirman, A., & Butarbutar, M. (2019). *Analisis Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen*. 8, 421–428.

Omoregie, O. K., Addae, J. A., Coffie, S., Ampong, G. O. A., & Ofori, K. S. (2019). Factors influencing consumer loyalty: evidence from the Ghanaian retail banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 37(3), 798–820. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2018-0099>

Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>

Shamsudin, M. F., Esa, S. A., & Ali, A. M. (2019). Determinants of customer loyalty towards the hotel industry in Malaysia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 6(9), 21–29.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Susriyanti, Nardo, R., & Fermayani, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pengguna Tabungan Sikoci Pada Bank Nagari. *Jasiora*, 3(4), 92–104.

Suwandi, E., Imansyah, F. H., & Dasril, H. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Jurnal Teknik Elektro*, 11.