

## **BAB V**

### **PENUTUPAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisa data mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa baik tidaknya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan baik tidaknya kualitas produk tidak mempengaruhi loyalitas konsumen.
3. Kepuasan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa puas tidaknya konsumen maka tidak mempengaruhi loyalitas konsumen.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan.

5. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal tersebut menunjukkan semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen.
6. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan sehingga loyalitas konsumen pun akan meningkat.
7. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan sehingga loyalitas konsumen pun akan meningkat.

## **B. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan serta hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dengan penelitian yang dilakukan diharapkan Dealer PT. Harpindo Jaya Monjali dapat meningkatkan kualitas Dealer untuk kedepannya lebih baik.

2. Bagi akademisi diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan loyalitas konsumen.