

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Penulis menggunakan pengertian metode penelitian menurut Masri Singarimbun metode penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Dengan banyak populasi 134 orang pelanggan, kemudian dengan menggunakan rumus slovin penulis mendapat sampel sebesar 57 orang responden yang akan disebar dalam penelitian ini. Sebelum menyebar penulis mengkaji instrumen tes riter uji validitas dan reabilitas dan uji perdimensi serta hasil hipotesis awal.

Penulis menggunakan teknik reliabilitas *single test double trial* dengan menggunakan dua kali pengujian terhadap suatu konsep dan perangkat yang sama dan bila hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliable. Dengan kata lain, reliability menunjukkan konsisten suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menguji reliabilitas, penulis menggunakan program SPSS 21.0 dengan metode analisis statistik *cronbach alpha*.

Pengambilan data dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 10 buah pertanyaan untuk variabel X Kualitas komunikasi antarpersonal dan sebanyak 10 buah pertanyaan untuk variabel Y Loyalitas Pelanggan kepada 57 karyawan yang dijadikan sampel, dimana masing-masing jawaban mengacu pada skala *Likert* sebagai berikut : untuk jawaban “S” (Setuju) nilainya 3, untuk jawaban “KS” (Kurang Setuju) nilainya 2, untuk Jawaban “TS” (Tidak Setuju) nilainya 1

Penelitian ini menggunakan signifikansi 5% sehingga syarat minimum suatu instrumen untuk dianggap valid adalah jika tingkat signifikansi dari  $r$  hitung  $< 0.05$  atau  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel. Diketahui untuk  $n = 30$  dan signifikansi 5% di peroleh nilai  $r$  tabel pearson sebesar 0,361. Dari  $r$  hitung di atas diperoleh nilai sebesar 0,756. Dengan demikian  $r$  hitung  $> r$  tabel, artinya test tersebut dapat dikatakan Reliabel.

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 38 orang responden atau 66,7% dan perempuan sebanyak 19 orang responden atau 33,3%. Data ini menunjukkan bahwa pelanggan PT Putih Salju lebih banyak berjenis kelamin laki-laki, karena yang mengetahui keadaan pasar mengenai produk pakaian adalah laki-laki. Laki-laki mencari produk pakaian di pasar-pasar lebih mudah karena kebanyakan pemain garmen banyak yang berjenis kelamin laki-laki. Sementara pelanggan perempuan lebih ke penjualan langsung dan juga memakai.

Berdasarkan hasil perhitungan melalui SPSS versi 21 seperti pada Bab 4, dapat diketahui bahwa besar nilai variabel (X) yaitu kualitas komunikasi antarpersonal sebesar 0,777 , hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang tinggi atau kuat, hal ini menunjukkan bahwa variabel (Y) yaitu Loyalitas pelanggan sebesar 0,777. Analisis tersebut dapat disimpulkan hipotesis Ho ditolak dan H1 diterima, Artinya terdapat hubungan antara kualitas komunikasi antarpersonal dengan loyalitas pelanggan PT Putih Salju terhadap produk.

### 5.1 Saran

- a) Tetap menjaga kualitas komunikasi antarpersonal untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan bahkan ditingkatkan agar terus berkembang di masa yang akan datang.
- b) Perlunya untuk dilakukan promosi yang lebih luas lagi kepada masyarakat melalui media online, agar dapat memudahkan konsumen baru dalam mengetahui produk barang pakaian yang di jual di PT Putih Salju.
- c) Penelitian ini di harapkan agar sekiranya bisa dilihat dari sisi lain variabel untuk bahan pertimbangan dan dikembangkan oleh para peneliti yang akan melanjutkan penelitian.