

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh simpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di karoseri PT. Adhikarisma Pratama.
2. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di karoseri PT. Adhikarisma Pratama.
3. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di karoseri PT. Adhikarisma Pratama.
4. Variable kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di karoseri PT. Adhikarisma Pratama.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain :

1. Kepada Perusahaan karoseri PT. Adhikarisma Pratama disarankan untuk:
 - a. Perusahaan disarankan untuk mempertahankan harga yang ditawarkan kepada pelanggan. Karena harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan pelanggan akan loyal pada PT. Adhikarisma Pratama.

- b. Perusahaan disarankan untuk tetap menjaga kualitas produknya dan semoga kedepannya bisa dapat meningkatkan lagi kualitas produknya tersebut.
 - c. Perusahaan disarankan untuk lebih memperhatikan lagi pada pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Apabila kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan baik maka pelanggan akan senang.
2. Bagi peneliti selanjutnya
- a. Dalam menentukan obyek penelitian yang akan diteliti, hendaknya mencari obyek penelitian yang memiliki kemudahan akses dalam hal pengumpulan data, karena hal tersebut dapat menyingkat waktu penelitian.
 - b. Penelitian ini hanya 61 sampel, sehingga mengakibatkan kesulitan dalam mengolah datanya. Bagi para peneliti selanjutnya sebaiknya mengambil sampel responden yang lebih banyak agar dalam mengolah data tidak mengalami kesulitan.
 - c. Peneliti juga menyarankan agar peneliti selanjutnya melakukan penelitian lebih mendalam dengan meneliti variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya diskon, kepuasan pelanggan dan *electronic word of mouth*.