

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji hubungan Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Indomie Di Kenya, Afrika. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,180. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya kualitas produk maka akan meningkatnya loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,043. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya harga pada produk Indomie tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,828. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya promosi penjualan maka meningkatnya loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan uji simultan (uji F) memiliki nilai f_{hitung} sebesar 1.012.143 Dapat diperoleh keputusan bahwa H^0 ditolak dan H^1 diterima. Karena nilai signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai f_{hitung} sebesar 1,012.143 lebih besar dari f_{tabel} yaitu 2.67 maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan model regresi ini layak digunakan dan variabel independent meliputi kualitas produk, harga dan promosi penjualan memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

1.2 Saran.

1. Perusahaan focus pada kualitas produk. pelanggan sangat menghargai kualitas mie instant Indomie. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan perusahaan harus terus memprioritaskan kualitas dengan mencari cara untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas produk.
2. Perusahaan harus meningkatkan promosi penjualan. Pelanggan sangat menghargai promosi penjualan termasuk diskon serta penawaran khusus. Perusahaan harus terus memberikan promosi menarik untuk mendorong pembelian ulang dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Perusahaan harus memprioritaskan kebutuhan pelanggan dengan meningkatkan layanan untuk pelanggan dengan cara menanggapi keluhan pelanggan dan kekhawatiran dengan segera untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan.
- 4.● Perusahaan meningkatkan strategi harga. Walaupun mayoritas responden setuju bahwa harga Indomie sesuai dengan kondisi keuangan masyarakat. Perusahaan focus mengoptimalkan strategi harga untuk membuat produk lebih terjangkau bagi pelanggan.