

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti mengenai Pengaruh Skala Ekonomi, Kualitas dan harga pada produk Andika Kue-Kue terhadap Loyalitas Konsumen mendapatkan hasil sebagai berikut.

1. Skala Ekonomi berpengaruh Tidak Signfikan terhadap Loyalitas Konsumen pada *Andika Kue-Kue*.
2. Kualitas Produk berpengaruh Signfikan terhadap Loyalitas Konsumen pada *Andika Kue-kue*.
3. Harga Produk berpengaruh Signfikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Andika Kue-kue*.
4. Skala Ekonomi berpengaruh Signfikan terhadap Harga Produk pada *Andika Kue-kue*.
5. Kualitas Produk berpengaruh Signfikan terhadap Harga Produk pada *Andika Kue-kue*.
6. Skala Ekonomi berpengaruh Tidak Signfikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Harga Produk pada *Andika Kue-kue*.
7. Kualitas Produk berpengaruh Signfikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Harga Produk pada *Andika Kue-kue*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti antara lain sebagai berikut :

A. Bagi Perusahaan

1. Penting untuk diakui bahwa kualitas produk memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap loyalitas konsumen di pasar. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan, seperti Andika Kue-Kue, memprioritaskan peningkatan kualitas produk mereka sebagai strategi utama. Proses ini dapat melibatkan evaluasi mendalam terhadap formulasi produk,

peningkatan dalam proses produksi, dan pemilihan bahan baku yang lebih berkualitas. Dengan fokus yang kuat pada perbaikan ini, perusahaan dapat memastikan bahwa produk mereka tidak hanya memenuhi, tetapi juga melebihi harapan konsumen, membentuk dasar yang kokoh untuk membangun loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Upaya ini tidak hanya akan meningkatkan reputasi merek, tetapi juga menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, membantu memperkuat hubungan emosional mereka dengan merek Andika Kue-Kue, dan pada gilirannya, meningkatkan retensi pelanggan serta mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

2. Pentingnya harga produk dalam membentuk loyalitas konsumen tidak dapat diabaikan, sehingga perusahaan hendaknya melakukan penelitian pasar yang cermat untuk merancang strategi harga yang optimal. Dalam upaya ini, perlu mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan harga, termasuk namun tidak terbatas pada harga pesaing, tingkat sensitivitas konsumen terhadap perubahan harga, dan potensi strategi diskon atau promosi yang mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Dengan demikian, langkah yang matang dalam menentukan strategi harga dapat memberikan dampak positif terhadap pembentukan dan pemeliharaan loyalitas konsumen.
3. Meskipun penelitian menunjukkan bahwa skala ekonomi tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen, hasil analisis menegaskan bahwa faktor ini justru memberikan pengaruh yang cukup berarti terhadap penentuan harga produk. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk secara kritis mempertimbangkan strategi yang dapat diterapkan guna meningkatkan efisiensi skala ekonomi dalam operasional mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat mengendalikan atau bahkan menurunkan harga produk tanpa harus mengorbankan standar kualitas yang telah ditetapkan, sehingga memberikan keuntungan kompetitif yang lebih besar di pasar yang semakin dinamis.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat mediasi oleh harga

produk dalam hubungan antara faktor-faktor seperti skala ekonomi atau kualitas produk dengan tingkat loyalitas konsumen. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap elemen-elemen yang menjadi mediator dalam interaksi ini. Pertanyaan yang muncul adalah apakah terdapat aspek-aspek spesifik dari harga produk yang memiliki pengaruh lebih signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen, atau apakah ada variabel lain yang ikut berperan dalam proses mediasi ini yang perlu diteliti lebih lanjut. Selanjutnya, penelitian lebih lanjut dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan loyalitas konsumen, memberikan wawasan strategi bagi perusahaan dalam pengembangan kebijakan harga dan manajemen produk secara efektif.

5. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat merancang dan mengimplementasikan berbagai program-program loyalitas dan penghargaan pelanggan yang dapat menciptakan ikatan yang kuat antara konsumen dan merek. Salah satu strategi yang efektif adalah dengan mengembangkan program diskon eksklusif, hadiah menarik, atau memberikan keuntungan khusus lainnya bagi pelanggan yang telah setia. Dengan cara ini, perusahaan tidak hanya memberikan penghargaan kepada pelanggan yang telah memilih produk atau layanan mereka secara berulang, namun juga menciptakan insentif yang mendorong pelanggan untuk tetap setia. Program diskon yang diberikan secara teratur atau dalam periode tertentu dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan setia, mendorong mereka untuk mempertahankan preferensi terhadap merek tersebut. Sementara itu, hadiah pelanggan seperti poin loyalitas, produk gratis, atau akses eksklusif ke promosi khusus dapat menciptakan pengalaman yang lebih berkesan dan meningkatkan rasa keterlibatan pelanggan. Keuntungan lainnya, seperti layanan pelanggan yang unggul atau penawaran eksklusif untuk loyalitas anggota program, juga dapat menjadi faktor kunci dalam memperkuat hubungan jangka panjang. Dengan

merancang program-program ini dengan cermat dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat membangun komunitas pelanggan yang aktif dan loyal. Hal ini tidak hanya menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, tetapi juga membantu perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaing, menciptakan keunggulan kompetitif, dan memastikan retensi pelanggan yang lebih tinggi. Dengan demikian, investasi dalam program-program loyalitas dan penghargaan pelanggan dapat menjadi strategi yang sangat efektif untuk membangun fondasi yang kokoh dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

6. Untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, perusahaan sebaiknya memprioritaskan komunikasi yang efektif dengan konsumennya, terutama dalam konteks perubahan yang melibatkan kualitas produk, penyesuaian harga, atau skala ekonomi strategi. Pentingnya memberikan pemahaman yang komprehensif kepada konsumen mengenai peningkatan kualitas produk, penurunan harga, atau manfaat dari implementasi efisiensi skala ekonomi tidak dapat diabaikan. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya membangun fondasi kepercayaan yang kokoh, tetapi juga mendorong peningkatan loyalitas konsumen yang berkelanjutan.

B. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Untuk Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk memperluas variabel penelitian dengan memasukkan faktor-faktor lain yang mungkin juga mempengaruhi Loyalitas Konsumen, seperti Skala Ekonomi, kualitas produk, harga dan loyalitas konsumen. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi Loyalitas Konsumen, sehingga dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya.
2. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk melakukan studi komparatif antara Produk Andika kue - kue dan merek *dagang* lainnya. Hal ini akan memungkinkan pemahaman tentang bagaimana pengaruh Skala Ekonomi, kualitas produk, harga dan loyalitas konsumen dapat

bervariasi antara merek- merek yang berbeda, serta implikasinya terhadap Loyalitas Konsumen

3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang lebih komprehensif, seperti metode kualitatif atau pengumpulan data langsung dari konsumen melalui wawancara atau pengamatan lapangan. Metode ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan antara Skala Ekonomi, kualitas produk, harga dan loyalitas konsumen.

C. Bagi Universitas

1. Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan informasi dan memperkaya referensi di dalam perpustakaan di kampus Universitas Pembangunan Jaya.
2. Diharapkan penelitian ini juga bisa memperkaya referensi penelitian program studi Manajemen yang dilakukan oleh mahasiswanya terutama referensi terkait pada bidang pemasaran.