

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Sebagai akhir dari penulisan ini, dalam bab ini di sampaikan beberapa kesimpulan dan saran yang relavan bagi peneliti yang akan datang sesuai dengan hasil analisis data yang telah di lakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap loyalitas pelanggan pada produk elektronik merek LG pada masyarakat Desa Parit Kebumen Kecamatan Rupert. Dari hasil penelitian terdapat beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan uji secara parsial (Uji t), diketahui bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan iklan (X_2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk elektronik merek LG pada masyarakat Desa Parit Kebumen Kecamatan Rupert.
2. Berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan uji secara simultan (Uji F), diketahui bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan iklan (X_2) berpengaruh secara simultan dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk elektronik merek LG pada masyarakat Desa Parit Kebumen Kecamatan Rupert. Hal ini menunjukkan bahwa dengan kualitas produk yang baik yang terus ditawarkan oleh produk LG maka konsumen akan tetap setia



untuk menggunakan produknya begitu pula dengan iklan produk elektronik merek LG yang diposisikan lebih unggul membuat konsumen tetap setia untuk menggunakan produknya.

3. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) di peroleh nilai koefesian determinasi (R^2) sebesar 0,530. Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas produk dan iklan mampu menjelaskan 53% terhadap loyalitas pelanggan pada produk elektronik merek LG pada masyarakat Desa Parit Kebumen Kecamatan Rupert, sedangkan sisanya yaitu 47% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

1.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Karena kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan menggunakan produk elektronik merek LG (TV, mesin cuci, kulkas) untuk itu sebaiknya perusahaan lebih mengutamakan peningkatan kualitas produk dengan lebih berinovasi menghasilkan perangkat elektronik yang tidak hanya memiliki ketahanan prima, tetapi juga bisa mewujudkan peningkatan kualitas hidup penggunanya dengan menghasilkan produk elektronik yang sehat dan hemat.
2. Variabel iklan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan menggunakan produk elektronik merek LG (TV, mesin cuci, kulkas), untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



itu pihak perusahaan juga perlu menampilkan kekuatan iklan yang bisa membangun kepercayaan dari konsumen untuk menggunakan produknya selain itu tampilan iklan yang menarik juga mempengaruhi keberhasilan suatu iklan, dalam mempengaruhi konsumen.

3. Bagi peneliti lain perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan variabel-variabel lain agar dapat terlihat dan diketahui variabel apa saja selain kualitas produk dan iklan yang mempengaruhi atau mempunyai hubungan dengan loyalitas pelanggan menggunakan produk elektronik merek LG di Desa Parit Kebumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.