

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis menggunakan alat bantu program SPSS 25 for Windows dan Sobel Test mengenai pengaruh persepsi harga dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan kecap kentjana. Hal ini menunjukkan bahwa, jika harga yang ditetapkan sesuai dengan persepsi pelanggan maka akan mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan kecap kentjana. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik cita rasa yang dimiliki oleh kecap Kentjana maka akan membuat pelanggan merasa puas.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada kecap Kentjana. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang terjangkau dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap produk Kecap Kentjana.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh cita rasa terhadap loyalitas pelanggan kecap Kentjana. Hal ini menunjukkan

bahwa cita rasa yang baik yang dimiliki oleh kecap Kentjana akan membuat pelanggan loyal.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kecap Kentjana. Hal ini menunjukkan, apabila pelanggan merasa puas saat mengonsumsi Kecap Kentjana, Hal itu akan membuat mereka loyal terhadap Kecap Kentjana
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan kecap kentjana. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi harga dengan loyalitas pelanggan pada kecap Kentjana didorong adanya kepuasan pelanggan. Artinya, persepsi harga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan akan menyebabkan loyalitas pelanggan pada produk kecap Kentjana juga akan meningkat.
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi cita rasa terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan hubungan cita rasa dengan loyalitas pelanggan didorong adanya kepuasan pelanggan. Artinya cita rasa yang baik akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan dan akan menyebabkan loyalitas pelanggan pada produk kecap Kentjana juga akan meningkat.

5.2. Keterbatasan

Peneliti menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan persepsi harga dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada produk kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen masih jauh

dari kata sempurna, hal ini terjadi karena adanya keterbatasan yang terjadi dalam penelitian dan tidak bisa untuk dihindarkan. Keterbatasan-keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian antara lain:

1. Penelitian ini belum mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada produk kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen, hanya terbatas pada persepsi harga, cita rasa dan kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini hanya melibatkan pelanggan yang berusia minimal 18 tahun, pelanggan yang mengonsumsi kecap kentjana di Kabupaten Kebumen dengan jumlah 100 orang.
3. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan sampel tidak sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Susah menetapkan orang yang betul-betul loyal, tapi dalam penelitian ini sudah ada *screening* pertanyaan agar tidak terjadi kesalahan dalam mengambil sampel.

5.3. Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis memberikan implikasi praktis dan implikasi teoritis berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Berikut adalah implikasi dari penelitian:

5.2.1 Implikasi Praktis

Implikasi praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persepsi harga menjadi variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pada produk kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. Oleh karena dalam menentukan harga perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pada pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli pelanggan atau terjangkau dipasaran kecap.
2. Cita rasa menjadi variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada produk Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu perusahaan diharapkan dapat menjaga cita rasa pada kecap Kentjana sehingga akan membuat kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan menjadi variabel berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. Artinya, pelanggan memiliki rasa puas terhadap kecap Kentjana. Semakin tinggi rasa puas yang dimiliki pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Oleh karena itu perusahaan dapat membuat strategi yang tepat agar loyalitas pelanggan semakin meningkat. Dengan cara memberikan harga

yang sesuai dengan kualitas produk dan harga yang terjangkau namun masih harga dipasaran kecap.

5.2.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mega & Prabantoro, 2020) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen,

2. Pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ali, 2021) menyatakan bahwa *taste* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eka & Prasada, 2018) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh cita rasa terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wardani, 2020) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mega & Prabantoro, 2020) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

6. Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mega & Prabantoro, 2020) menyatakan bahwa persepsi harga secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

7. Pengaruh cita rasa terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi citra raa terhadap loyalitas pelanggan. hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ali, 2021) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat memediasi taste terhadap loyalitas pelanggan.

