

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk mie instant terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Awet Sarana Sukses. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka ditarik beberapa kesimpulan dari hasil analisis pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yaitu sesuai dengan hasil uji hipotesis (uji t), diperoleh hasil H1 diterima sedangkan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X (Kualitas produk) terhadap variabel Y (loyalitas pelanggan) pada PT. Awet Sarana Sukses. Semakin baik kualitas yang dihasilkan suatu produk maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis dan regresi disimpulkan bahwa variabel kualitas produk mie sedap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Awet sarana Sukses maka diharapkan kepada PT. Awet sarana Sukses yang merupakan perpanjangan tangan dari PT. Wingsfood agar tetap mempertahankan dan menjaga kualitas produk seperti kualitas kemasan dan memperhatikan tanggal *Expired* agar mampu menimbulkan daya tarik pelanggan tujuan dari perusahaan akan tercapai sesuai dengan apa yang diharapkan.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang variabel loyalitas pelanggan di PT. Awet Sarana Utama dengan menggunakan faktor lain selain yang telah diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S., 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arman Hakim Nasution. 2006. *Manajemen Industri*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Armstrong, dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Asghar Afshar Jahanshahi, dkk. 2011. *Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. International Journal of Humanities and Social Science. Vol. 1 No. 7.
- Budiman, Arief. 2000. *Teori Pembangunan Dunia Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dunk, A.S., 2002. Product Quality, Environmental Accounting and Quality Performance. Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 115, No. 5, Pp. 719 - 732.
- Ghozali, 2001. *Aplikasi Analisis Multivarrate dengan program SPSS, edisi 11*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. 2002. *Customer Loyalty: How To Earn It, How To Keep It*, Lexington Books an Imprint of The Free Press, New York
- Hurriyati, R. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indriantoro, dan Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Jahanshahi, Asghar Afshar. 2011. Study The Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction Ana Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science* 1 (7)
- John C. Mowen, Michael Minor, 2002. *Perilaku Konsumen (Jilid 1), Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Johnson, M.D., 1998. *Customer Orientation and Market Action*. Prentice Hall Inc., A Simon and Schuster Company, Upper Saddle River, New Jersey
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Dasar-dasar Manjemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Oliver, R.L., 1997. *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill, Singapore.
- Ridwan dan Sunarto, 2007. *Pengantar Statistik untuk Penelitian Sosial Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sabeni, Arifin. Ghozali, Imam, 2001. *Pokok-pokok Akuntansi Pemerintahan*, Edisi 4, Yogyakarta: BPFE.
- Schnaars, S.P., 1998. *Marketing Strategy : Consumer and Competitions*. The Free Press, USA.
- Sekaran, Uma, 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaharudin, R.M., Anita, A.H., Mansor, S.W., Elias, H.H., and Nurazila, A.A. 2010. The Relationship between Extrinsic Attributes of Product Quality with Brand Loyalty on Malaysia National Brand Motorcycle/Scooter. *Canadian Social Science*, (6)3, pp: 165-175.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. 1998. *Teknik Pengambilan Keputusan..* Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Supranto, J. 1999. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. dan Gregorius Chandra, 2005. *Pelayanan, Kualitas, dan Kepuasan*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Yamit, Zulian . 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ed. 1, Cet. 4. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.
- Zhang, Qingyu, 2001. Quality Dimensions, Perspective and Practice : A Mapping Analysis. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 18 No. 7, Pp. 708 – 721.

Zeithaml, Valerie A and Bitner, Mary Jo, 2000. Service Marketing : Integrated Customer Focus the Firm. McGraw-Hill, USA