

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan di Pada Perusahaan Semen PT Semen Baturaja Tbk. dengan subyek penelitiannya adalah seluruh Pada Perusahaan Semen PT Semen Baturaja Tbk, bertujuan untuk melihat pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan. Dari tujuan tersebut, dirumuskan tujuh hipotesa, selanjutnya hipotesa diuji menggunakan SEM dengan menggunakan smart-PLS, dan hasil uji hipotesa dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, artinya semakin baik Citra Merek maka semakin baik juga Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Semen PT Semen Baturaja Tbk. Hal itu ditunjukkan dengan Nilai *T-Statistik* sebesar $7,334 \geq 1,96$ dan Nilai *P-Value* sebesar $0,000 \leq 0,05$.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, artinya semakin baik Kepercayaan akan menciptakan Kepuasan Konsumen yang baik di Pada Perusahaan Semen PT Semen Baturaja Tbk. Hal itu ditunjukkan dengan Nilai *T-Statistik* sebesar $3,510 \geq 1,96$ dan Nilai *P-Value* sebesar $0,000 \leq 0,05$.
3. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, artinya semakin baik Citra Merek akan meni

4. ngkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Semen PT Semen Baturaja Tbk. Hal itu ditunjukkan dengan Nilai *T-Statistik* sebesar $2,146 \geq 1,96$ dan Nilai *P-Value* sebesar $0,032 \leq 0,05$.
5. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, artinya semakin baik Kepercayaan akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Semen PT Semen Baturaja Tbk. Hal itu ditunjukkan dengan Nilai *T-Statistik* sebesar $5,353 \geq 1,96$ dan Nilai *P-Value* sebesar $0,000 \leq 0,05$.
6. Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, artinya semakin baik Kepuasan Konsumen akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Semen PT Semen Baturaja Tbk. Hal itu ditunjukkan dengan Nilai *T-Statistik* sebesar $5,891 \geq 1,96$ dan Nilai *P-Value* sebesar $0,000 \leq 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian seperti dibahas sebelumnya maka pada bagian berikut ini perlu diberikan beberapa saran pada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

1. Bagi Pelanggan di Pada Perusahaan Semen PT Semen Baturaja Tbk, disarankan untuk lebih meningkatkan lagi Loyalitas Pelanggan yang sudah ada sekarang ini terutama *indikator* yang masih rendah yaitu Harga Semen Baturaja sesuai dengan kualitasnya., Semen Baturaja merupakan produk yang unggul dan berkualitas. Pelanggan merekomendasikan Semen Baturaja kepada orang lain, Pelanggan tidak akan beralih ke merek semen lainya meskipun menawarkan harga yang lebih murah, Semen

Baturaja memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan. Pelanggan berminat pada Semen Baturaja karena kualitasnya berdasarkan pengalaman dari konsumen sebelumnya.

2. Bagi Pimpinan Pada Perusahaan Semen PT Semen Baturaja Tbk agar dapat lebih meningkatkan Citra Merek dan Kepercayaan serta Loyalitas Pelanggan yang sudah terlaksana saat ini, hal ini perlu diperbaiki dan dilakukan dalam upaya meningkatkan Citra Merek dan Kepercayaan serta Kepuasan Konsumen secara optimal yaitu :

- a. Citra Merek, beberapa *Indikator* yang masih rendah perlu dioptimalkan antara lain Semen Baturaja memiliki kualitas yang teruji, Semen Baturaja memberikan kesan yang positif pada konsumen, Semen Baturaja memiliki kualitas yang berbeda dengan produk semen lainnya.
- b. Kepercayaan, beberapa *Indikator* yang masih rendah perlu dioptimalkan antara lain Pelanggan tidak meragukan atas informasi tentang produk yang disampaikan oleh karyawan PT Semen Baturaja, PT Semen Baturaja berkompeten dalam hal memproduksi semen.
- c. Kepuasan Konsumen, beberapa *Indikator* yang masih rendah perlu dioptimalkan antara lain Pelanggan menetapkan pilihan dalam berbelanja kebutuhan bahan bangunan hanya pada PT Semen Baturaja.

3. Bagi peneliti lain, diharapkan peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dalam rangka mengetahui dampak lainnya karena penelitian ini masih terbatas pada penciptaan kepuasan pelanggan

dan loyalitas pelanggan melalui citra merek dan kualitas produk, tidak sampai pada pemecahan masalah tentang bagaimana dampaknya pada konsumen yang tidak loyal terhadap perusahaan.

