

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi). Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear dan analisis jalur menunjukkan bahwa :

1. Hipotesis pertama diterima, artinya variabel *perceived value* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi. Berarti apabila semakin tinggi *perceived value*, maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan adanya *perceived value* yang baik dari pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas terhadap produk yang ditawarkan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi.
2. Hipotesis kedua diterima, artinya variabel *perceived value* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi. Berarti apabila semakin tinggi *perceived value*, maka akan diikuti dengan peningkatan loyalitas pelanggan. Dengan adanya *perceived value* yang baik dari pelanggan, maka pelanggan akan loyal terhadap produk yang ditawarkan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi.
3. Hipotesis ketiga diterima, artinya variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi. Berarti apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka akan diikuti dengan

peningkatan loyalitas pelanggan. Dengan adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan, maka pelanggan menjadi loyal atau setia dengan produk yang ditawarkan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi.

4. Hipotesis keempat ditolak, artinya variabel kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi. Dimana pengaruh langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung. Berarti pelanggan yang memiliki penilaian yang baik terhadap produk yang ditawarkan Kebab Burger Ayub tanpa melalui kepuasan sudah menunjukkan loyalitas yang tinggi. Sehingga kepuasan tidak menjadi variabel intervening.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

1. Pemilik usaha Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi untuk kedepannya harus dapat mempertimbangkan dan mempertahankan *perceived value* yang baik dari pelanggan dimana pada penelitian ini *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Adapun cara yang dilakukan seperti meningkatkan kualitas produk, harga yang terjangkau dan memberi pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan sehingga penilaian pelanggan terhadap produk Kebab Burger Ayub semakin baik dan positif yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sehingga untuk meningkatkan penjualan Kebab dan Burger pemilik usaha Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi harus terus menjaga kepuasan pelanggannya seperti kualitas produk dan harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga timbul minat pelanggan untuk membeli kembali produk serta bersedia merekomendasikan produk Kebab Burger Ayub kepada orang lain. apabila hal ini terus dilakukan maka pelanggan akan semakin loyal dalam membeli produk Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi.
3. Bagi peneliti selanjutnya dimana pada penelitian ini variabel *brand perceived value* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi pengaruh *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu implikasi untuk penelitian selanjutnya harus mampu memperbanyak pengetahuan yang tidak hanya dari satu sisi saja. Agar dapat membantu sesuai kebutuhan judul para penelitian selanjutnya. Dan dapat dikembangkan lagi faktor - faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi dan lokasi.