

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk (X_1) setelah dilakukan uji hipotesis ada pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk oli pelumas Castrol. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,321 atau 32,1%
2. Variabel kepuasan pelanggan (X_2) setelah dilakukan uji hipotesis ada pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk oli pelumas Castrol. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,337 atau 33,7%.
3. Apabila dilihat secara bersama – sama (simultan) ada pengaruh antara kualitas produk (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan produk oli pelumas Castrol. Besarnya pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk oli pelumas Castrol dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,438 atau 43,8%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini saran yang dapat disampaikan kepada perusahaan PT Castrol Indonesia khususnya produk oli pelumas Castrol, yaitu setelah dilakukan analisis koefisien determinasi bahwa kualitas produk dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh sebesar 43,8 % terhadap loyalitas pelanggan, maka penulis memberikan saran kepada PT Castrol Indonesia untuk lebih meningkatkan kualitas produk yang lebih baik dan kepuasan pelanggan yang mampu memenuhi harapan pelanggan pada produk oli pelumas Castrol guna untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

