

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil serangkaian penelitian serta uji hipotesis yang telah dilakukan melalui analisis *software* SmartPLS (*partial least square*) versi 3.2.8 mengenai Analisis Penaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Batik Betawi Terogong didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap kepuasan.
- b. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kualitas layanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap kepuasan.
- c. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel citra merek memberikan pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap kepuasan.
- d. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap loyalitas.
- e. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kualitas layanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap loyalitas.
- f. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel citra merek tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap loyalitas.
- g. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kepuasan memberikan pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap loyalitas.
- h. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kualitas produk terhadap loyalitas melalui variabel antara kepuasan tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara tidak langsung.
- i. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kualitas layanan terhadap loyalitas melalui variabel antara kepuasan tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara tidak langsung.
- j. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel citra merek terhadap loyalitas melalui variabel antara kepuasan tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara tidak langsung.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dibuat sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, akan tetapi masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini:

- a. Responden dalam penelitian hanya berada di wilayah Kelurahan Cilandak Barat sehingga hasil penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan pada pemakai dan konsumen Batik Betawi Terogong di wilayah lain.
- b. Karena keterbatasan waktu maka variabel yang digunakan dalam penelitian juga terbatas, hanya mencakup kualitas produk, kualitas layanan, citra merek, kepuasan dan loyalitas pada pemakai dan konsumen Batik Betawi Terogong yang dirasa masih belum cukup untuk mengukur variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas pemakai dan konsumen Batik Betawi Terogong. Keterbatasan dalam penggunaan variabel pengukur ini memungkinkan peneliti belum dapat memperlihatkan secara menyeluruh faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pemakai dan konsumen Batik Betawi Terogong.

## 5.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan, maka peneliti memberikan saran terkait hasil penelitian untuk Batik Betawi Terogong, masyarakat, dan penelitian selanjutnya. Disarankan agar Batik Betawi Terogong dapat mempertahankan bahan kualitas kain dan kesesuaian dengan standar nasional Indonesia agar dapat lebih memaksimalkan pengaruh kualitas kain terhadap kepuasan kualitas produk untuk mendorong pola pembelian berulang yang berdampak terhadap loyalitas. Kemudian untuk meningkatkan pelatihan mengenai pelayanan prima terhadap staf agar dapat lebih memaksimalkan pengaruh keramahan staf terhadap kepuasan kualitas layanan untuk mendorong pola pembelian berulang yang berdampak terhadap loyalitas. Dan disarankan untuk meningkatkan pengenalan mengenai batik terhadap masyarakat agar meningkatkan kepercayaan diri pemakai yang berpengaruh terhadap kepuasan citra merek untuk mendorong pola pembelian berulang yang berdampak terhadap loyalitas.

Disarankan pula untuk penelitian selanjutnya agar melakukan penelitian lebih lanjut terkait variabel kualitas layanan sehingga dapat dihasilkan hasil penelitian

yang lebih maksimal. Selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel di luar variabel bebas yang lebih bervariasi dan baru untuk lebih mendalami pengaruh terhadap variabel loyalitas dalam upaya untuk meningkatkan kesempurnaan penelitian dalam strategi pemasaran pada UMKM Batik Betawi di wilayah Jabodetabek.

