

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) 4.0 mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pada *Buttonsscarves* di Jakarta, diperoleh beberapa temuan penting yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, mengindikasikan bahwa produk dengan desain eksklusif dan bahan berkualitas tinggi mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Sementara itu, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini bisa dikarenakan oleh beberapa faktor, seperti perbedaan preferensi pelanggan yang lebih cenderung fokus pada produk dibandingkan layanan, serta ekspektasi konsumen yang lebih tinggi terhadap kualitas produk daripada pengalaman layanan. Selain itu, perubahan perilaku konsumen juga turut menjadi alasan yang relevan. Saat ini, banyak konsumen yang beralih ke belanja *online*, di mana mereka tidak secara langsung merasakan pengalaman layanan di toko fisik *Buttonsscarves*. Akibatnya, penilaian terhadap kualitas layanan menjadi kurang relevan dalam membangun loyalitas, karena konsumen lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan kualitas produk yang mereka terima melalui platform online.

Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, di mana produk yang memenuhi ekspektasi konsumen cenderung menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Berdasarkan hipotesis ini, dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, semakin besar pula kemungkinan pelanggan merasa puas. Kualitas produk yang baik tidak hanya mencakup daya tahan dan fungsi, tetapi juga kesesuaian dengan kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek atau perusahaan.

Kualitas Layanan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, di mana layanan yang memenuhi ekspektasi konsumen cenderung menghasilkan tingkat

kepuasan yang lebih tinggi. Berdasarkan hipotesis ini, dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, semakin besar pula kemungkinan pelanggan merasa puas. Layanan yang baik tidak hanya mencakup kesopanan pegawai tetapi juga kesesuaian dengan kebutuhan pelanggan mengenai kecepatangapan dan responsivitas perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek atau perusahaan.

Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, di mana pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman mereka cenderung memiliki hubungan yang lebih kuat dengan Perusahaan *Buttonsscarves*. Oleh karena itu, memastikan pelanggan merasa puas menjadi elemen penting dalam strategi perusahaan untuk membangun dan mempertahankan loyalitas jangka panjang.

Namun kepuasan pelanggan gagal memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk pengaruh langsung kualitas produk yang lebih kuat dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, meskipun peningkatan kualitas layanan tetap perlu difokuskan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, peningkatan kualitas produk juga harus dilakukan secara langsung untuk mendorong loyalitas pelanggan *Buttonsscarves*.

Sementara itu, kepuasan pelanggan berpengaruh dalam memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, kualitas layanan yang baik tidak hanya meningkatkan loyalitas secara langsung, tetapi juga menciptakan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya bisa memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan dan *Buttonsscarves*.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti selama proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dan menjadi perhatian bagi peneliti-peneliti selanjutnya dalam upaya meningkatkan kualitas penelitian di masa depan. Penelitian ini tentu memiliki beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki untuk penelitian yang lebih baik di waktu yang akan datang. Beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Terbatasnya jumlah responden yang hanya terdiri dari 100 orang, sehingga belum cukup representatif untuk menggambarkan kondisi yang lebih luas dan umum.
2. Informasi yang diberikan oleh responden melalui kuesioner terkadang tidak mencerminkan pendapat yang sebenarnya karena persepsi konsumen terkait pernyataan yang beragam.

Selain itu, jumlah variabel yang diteliti dalam penelitian ini terbatas, hanya mencakup kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Akibatnya, penelitian ini belum dapat sepenuhnya menggambarkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan pada *Buttons scarves*.

### 5.3 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, direkomendasikan agar *Buttons scarves* lebih fokus pada peningkatan kualitas produknya, terutama dari segi bahan baku dan teknik produksi, untuk merespons berbagai keluhan pelanggan. Selain itu, inovasi dalam desain perlu terus dilakukan agar produk tetap sesuai dengan perkembangan tren di pasar. Pengalaman belanja online juga perlu diperbaiki dengan menambahkan fitur seperti layanan live chat yang responsif, penyajian visual produk yang lebih detail, serta penonjolan ulasan pelanggan yang dapat membantu calon konsumen.

Di sisi lain, peningkatan layanan di toko fisik juga menjadi perhatian, misalnya melalui pelatihan staf untuk memperbaiki keramahan, ketepatan layanan, dan pengemasan produk. Untuk penelitian mendatang, disarankan untuk menganalisis variabel lain, seperti harga, promosi, atau citra merek, serta memperluas cakupan wilayah penelitian dan meningkatkan jumlah responden guna mendapatkan hasil yang lebih luas dan representatif. Secara umum, industri fashion lokal diharapkan dapat memanfaatkan strategi pemasaran yang lebih adaptif, termasuk membangun citra keberlanjutan dan keaslian produk lokal melalui kolaborasi dengan influencer atau kampanye media sosial, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen sekaligus memperkuat daya saing di pasar.