

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Impulsi Penelitian Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah”, berdasarkan temuan penelitian dan analisis yang telah disajikan sebelumnya dalam buku bayi, berikut ini dapat dinyatakan :

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah sebesar 28,1 %. dengan hasil hipotesis signifikan ($0,000 < 0,05$), dan nilai $t_{hitung} = 3.587 > t_{tabel} = 1.655$. Artinya H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima, adanya pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah sebesar 24,8 %. Dengan hasil hipotesis signifikan ($0,002 < 0,05$), dan nilai nilai $t_{hitung} = 3.195 > t_{tabel} = 1.655$. Artinya H_0 2 ditolak dan H_a 2 diterima, adanya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah.

3. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan

Promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah sebesar 19,2 %. Dengan hasil hipotesis signifikan ($0,015 < 0,05$), dan nilai $t_{hitung} = 2,451 > t_{tabel} = 1,655$. Artinya H_0 3 ditolak dan H_a 3 diterima, adanya pengaruh promosi secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Centralite Anugerah Indah.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah sebesar 36,9 %. Dengan hasil hipotesis signifikan ($0,000 < 0,05$), dan nilai nilai nilai $f_{hitung} = 28,412 > f_{tabel} = 2,67$. Artinya H_0 4 ditolak dan H_a 4 diterima, adanya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan dalam implikasi sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

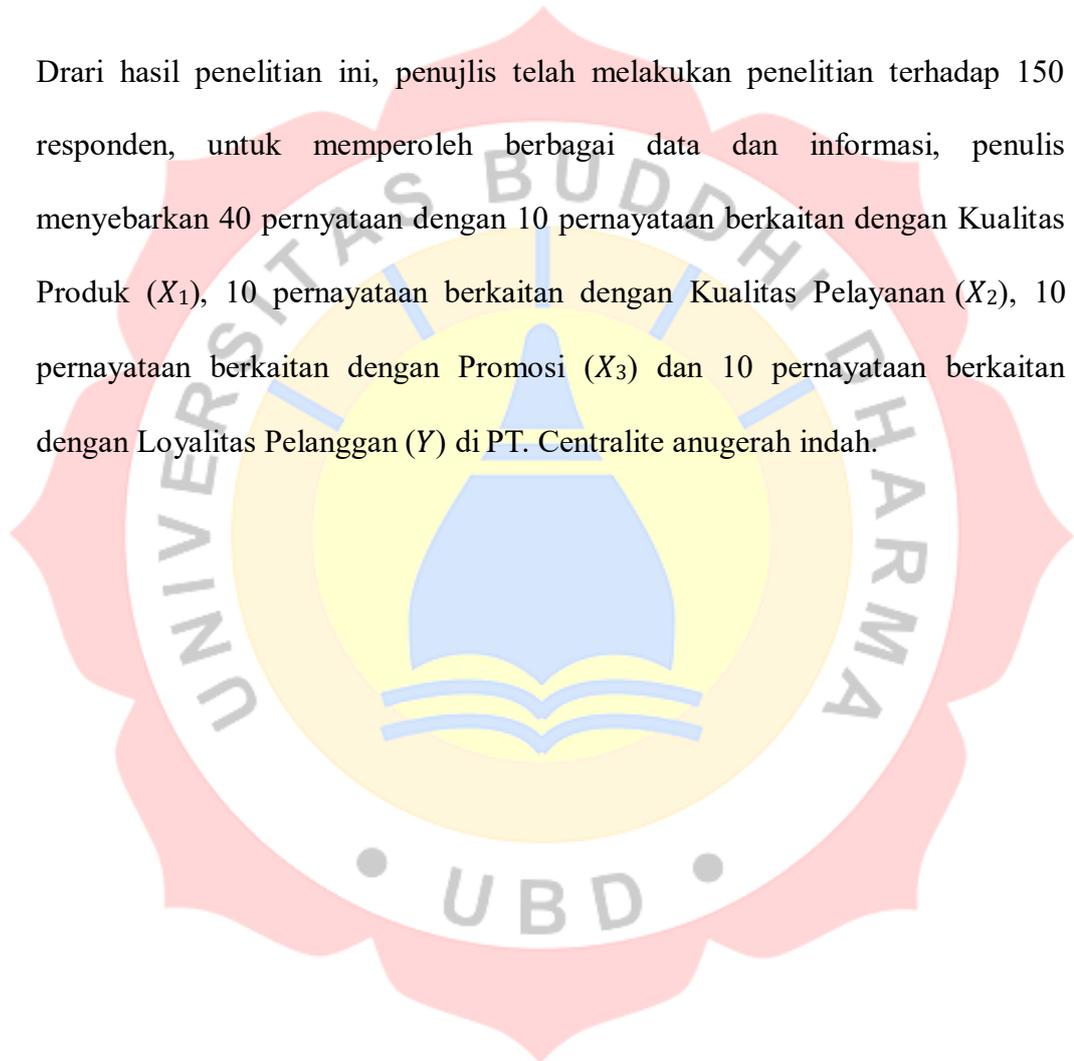
Dari hasil penelitian ini kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah, Karena PT. Centralite anugerah indah memiliki produk yang cukup baik, kualitas pelayanan yang cukup baik dan promosi yang cukup mampu untuk menarik pelanggan.

2. Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian ini penulis telah melakukan penelitian di amna kualitas produk yang cukup baik, kualitas pelayanan yang sudah baik dan promosi yang cukup dapat menarik pelanggan pada PT. Centralite anugerah indah sehingga dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap pembelian produk.

3. Implikasi Manajerial

Drari hasil penelitian ini, penujlis telah melakukan penelitian terhadap 150 responden, untuk memperoleh berbagai data dan informasi, penulis menyebarkan 40 pernyataan dengan 10 pernyataan berkaitan dengan Kualitas Produk (X_1), 10 pernyataan berkaitan dengan Kualitas Pelayanan (X_2), 10 pernyataan berkaitan dengan Promosi (X_3) dan 10 pernyataan berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan (Y) di PT. Centralite anugerah indah.



C. Saran

1. Saran Untuk Perusahaan

Adapun saran yang penulis sampaikan atas dasar penelitian ini, bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi memberikan dampak positif bagi produk Lampu Pencahayaan CAI sebagai berikut :

- a. Sebagai produsen produk passtik, PT. Centralite Anugerah Indah hanya mengurangi kualitas produk, kualitas pelayanan dan meningkatkan promosi produk CAI, sebagaimana pelanggan dapat ditahankan.
- b. Menafsirkan praktik yang lemah dan mempertahankan kekuatan untuk meningkatkan permintaan konsumen dan mengubah konsumen yang sudah ada menjadi pelanggan.
- c. PT. Centralite Anugerah Indah harus bekerja keras untuk mempertahankan pelanggan yang sudah menunjukkan loyalitas terhadap produk CAI agar indeks loyalitas pelanggan dapat tetap stabil.
- d. Meningkatkan referensi dari pihak terdekat dan menjaga relasi antar konsumen yang diharapkan dapat menambah konsumen baru.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya yang penulis sampaikan atas dasar penelitian ini, yaitu:

- a. Diperlukan pemahaman yang luas mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi dan loyalitas pelanggan, agar dapat membantu dalam menyelesaikan penelitian dengan judul terkait.
- b. Dibutuhkan observasi, ini sangat penting terutama observasi tentang konsumen.
- c. Perbanyak dasar-dasar teori untuk membangun fondasi yang kuat dalam penelitian.
- d. Dapat pula mengembangkan penelitian dengan melakukan penelitian Loyalitas Pelanggan dengan memakai indikator variabel lainnya. Misalnya yang tercantum dalam identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu variabel harga, citra merek dan inovasi produk.
- e. Demikian kesimpulan dan saran yang penulis sampaikan, semoga dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca penelitian ini dan semoga dapat menjadi acuan dalam penelitian lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, & Sutrisna. (2022). Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Kompensasi, Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Produktivitas. 2(2).
- Argrelia, S. P., & Sutrisna. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, dan Lingkungan Kerja Pada Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada PT. ASAHIMAS FLAT GLASS Tbk). 1, 1–14.
- Ghozali, I. (2016). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Nurhasanah, L. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dampaknya Pada Citra Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung*. Skripsi Universitas Pasundan.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Manajemen (5th ed.)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metodelogi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Pengertian dan Rumus Validitas Manajemen Pemasaran*. 125, 125.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Pengertian dan Rumus Perhitungan Uji Reliabilitas Bab iii metodologi penelitian 3.1*. 20–32.
- Wijaya, S., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. 2(2).

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Saudara/i yang saya hormati,

Dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Pada Loyalitas Pelanggan Pada PT Centralitr Anugerah Indah**" Saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Sebelumnya saya ucapkan terimakasih atas ketersediaan saudara/i.

1. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda checklist (√) pada jawaban yang sesuai dengan kemauan anda.

Diharapkan anda memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dalam mengisi kuesioner ini. Dibawah ini adalah petunjuk pengisian. ada 5 alternatif jawaban, yaitu :

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Cukup Setuju (CS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Data Responden

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin : Pria Wanita

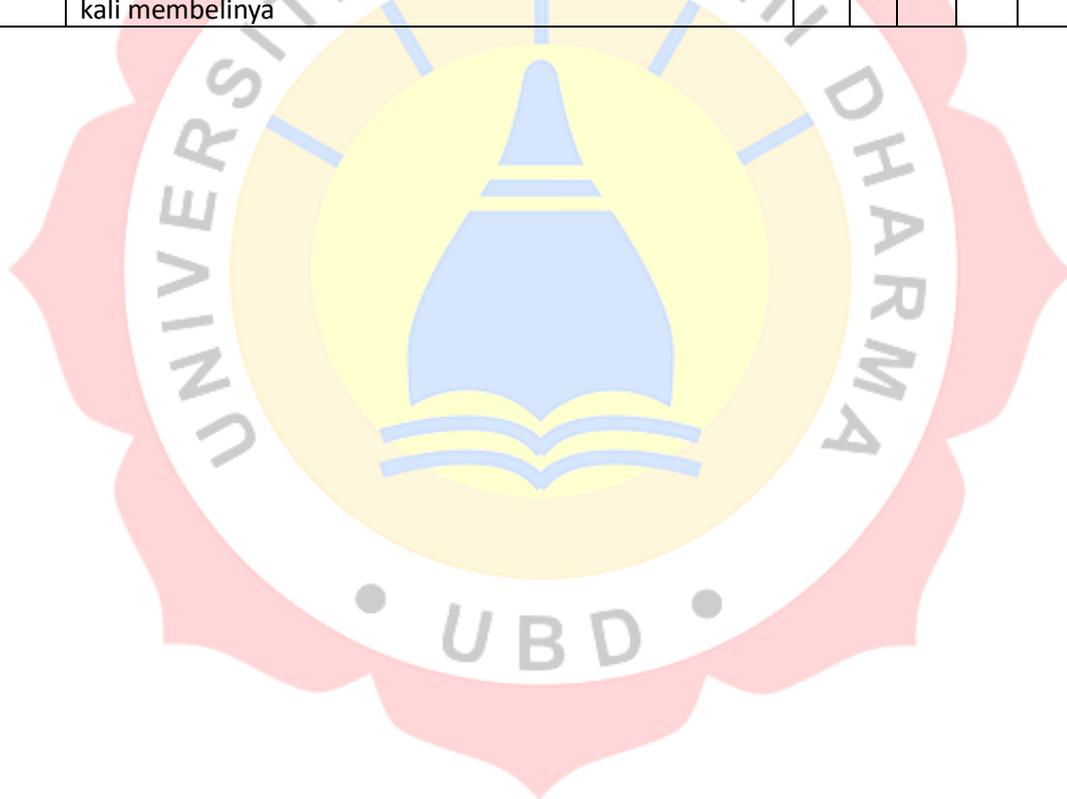
Usia : <20 tahun 41-50 tahun

20-30 tahun >50 tahun

31-40 tahun

A. KUALITAS PRODUK (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk yang di hasilkan nyaman dan aman di gunakan					
2.	Model produk memiliki design tampilan yang menarik					
3.	Merek CAI sudah di kenal oleh konsumen					
4.	Jenis produk memiliki aneka ragam variasi					
5.	CAI memberikan jaminan kualitas produknya					
6.	Produk CAI mempunyai daya tahan yang baik					
7.	Ukuran\ dimensi produk CAI selalu sama setiap kali membelinya					
8.	Produk yang di hasilkan selalu menggunakan bahan bahan yang berkualitas					
9.	Produk yang di hasilkan beragam dan memiliki varian produk yang berkualitas					
10.	Produk selalu memiliki " citra produk" yang sama setiap kali membelinya					



B. KUALITAS PELAYANAN (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan CAI sudah memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya					
2.	Karyawan CAI memberikan keramahan dalam menawarkan produk kepada konsumen					
3.	Karyawan CAI memiliki tepat waktu dalam memenuhi perjanjian pesanan pelanggan					
4.	Komunikasi yang di lakukan oleh karyawan CAI dalam menerima order sudah baik					
5.	Karyawan CAI memberikan pelayanan yang cepat tanggap					
6.	Karyawan CAI menjawab keluhan dari pelanggan dengan baik					
7.	Karyawan CAI memberikan pelayanan cepat tanggap terhadap kerusakan produk					
8.	Karyawan CAI sudah memberikan informasi tepat kepada konsumen					
9.	Kemampuan karyawan CAI melayani konsumen sudah cukup baik					
10.	Karyawan CAI sudah memberikan perhatian dengan bersikap tata Bahasa yang sopan dan sabar kepada setiap konsumen					

C. PROMOSI (X3)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	CAI memberikan diskon harga jika pelanggan membeli dalam jumlah tertentu					
2.	Dalam penjualan produknya CAI sering memberikan penurunan harga khusus					
3.	Pelanggan menerima hadiah tertentu setiap kali melakukan pembelian jumlah banyak dan pembayaran secara cash					
4.	CAI senantiasa melakukan penawaran harga khusus pada waktu hari perayaan tertentu (seperti: 17 agustus & akhir tahun					
5.	Informasi promosi yang di tawarkan oleh sales secara langsung cukup menarik					
6.	Pelanggan mengetahui produk CAI dari mulut ke mulut					
7.	Informasi berbagai promosi yang di sampaikan oleh sales CAI cukup jelas dan menarik					
8.	Sales dan marketing CAI selalu mengingatkan pelanggan akan produk CAI dan selalu mengupdate informasi harga juga promo terbaru					
9.	Promosi lewat WA\ E-mail yang di kirimkan oleh marketing CAI cukup membuat pelanggan merasa senang dan tertarik					
10.	CAI senantiasa memberikan informasi program promosi dalam jaringan media sosialnya					

D. LOYALITAS PELANGGAN (Y)

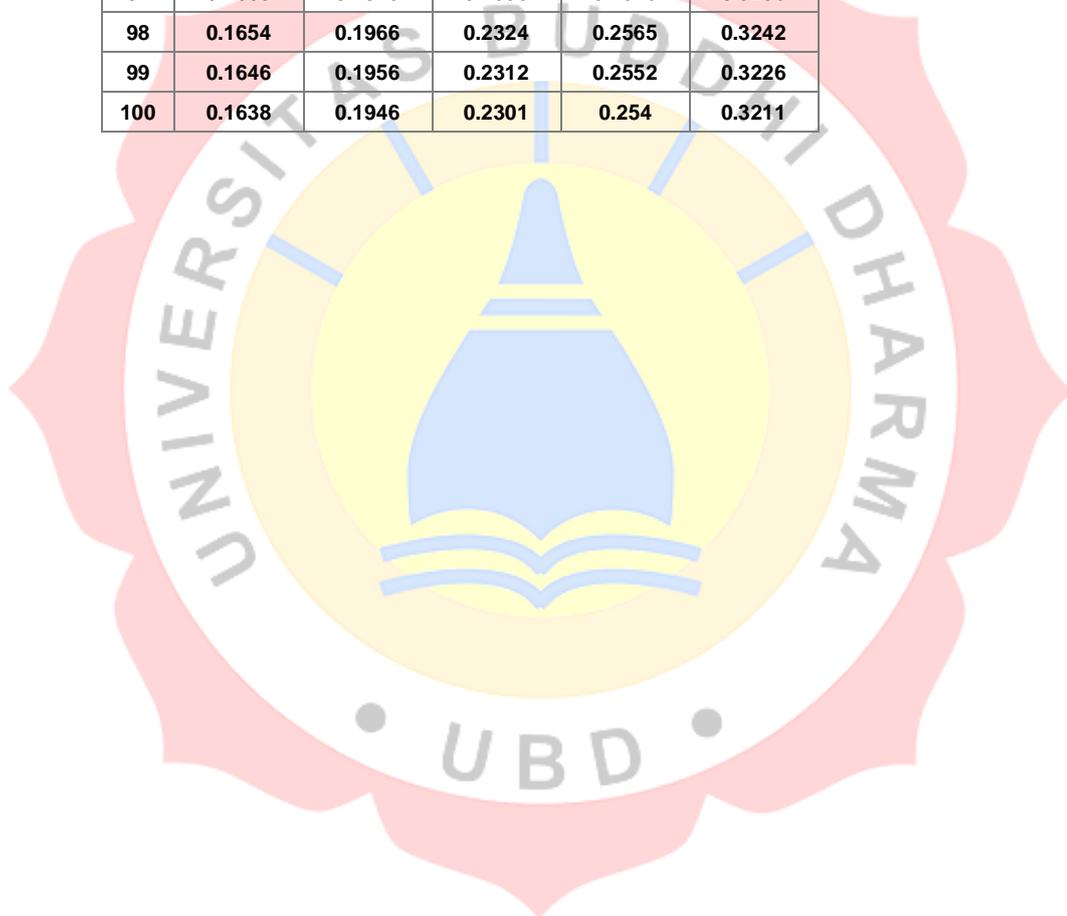
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Kualitas produk, pelayanan dan promosi yang di terima sudah sangat baik					
2.	Pelanggan tidak terpengaruh membeli produk yang sejenis di tempat lain					
3.	Pelanggan akan tetap membeli produk CAI walaupun ada penyesuaian harga terhadap bahan baku					
4.	Pelanggan sering melakukan pembelian produk di CAI karena memiliki kualitas yang baik					
5.	Pembelian produk CAI di dasarnya pada perbandingan dengan produk lain					
6.	Pelayanan baik yang sudah di berikan CAI membuat pelanggan loyal					
7.	Pembelian yang di lakukan ke CAI akan selalu di referansikan kepada pihak lain					
8.	Konsumen tetap membeli produk CAI dan tidak terpengaruh oleh harga yang lebih murah yang di tawarkan produk lain sejenis					
9.	Bila CAI melakukan pemberian bonus \ diskon akan membuat pelanggan loyal					
10.	Pengadaan event yang di lakukan konsumen selalu menggunakan produk CAI sebagai produk yang di pakai untuk acara event tersebut					

Lampiran 3

Tabel r untuk df 51-100

df = (N- 2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.428
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.421
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.411
60	0.2108	0.25	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.248	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.288	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.315	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.306	0.385
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.194	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.27	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.263	0.29	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.283	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.255	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.252	0.278	0.3507
84	0.1786	0.212	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468

86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.343
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.205	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.168	0.1996	0.2359	0.2604	0.329
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.254	0.3211



Lampiran 4

Tabel Distribusi t untuk df 81-120

Pr	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.6379	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.6632	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.1889
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.6322	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.3685	2.63157	3.18327
91	0.6772	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.6614	1.9858	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.677	1.29025	1.66055	1.98447	2.365	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.1746
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.6769	1.28991	1.65993	1.9835	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.3631	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.6595	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.9826	2.36204	2.62301	3.1689
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.3617	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.2893	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.6587	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.3601	2.62044	3.1646
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.3598	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.3595	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.6581	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.6185	3.16135

118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.9801	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas diri

Nama : Meliani
Tanggal lahir : Tangerang, 24 mei 2000
Jenis kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : WNI (warga negara indonesia)
Alamat : Jln Teladan 2 kampung Melayu Barat RT 002\ RW 06
No telepon \ HP : 085711065586
Email : MelianiMel855@gmail.com
IPK : 2,69

Riwayat Pendidikan

SD : SD negeri Kampung Melayu 1 (2006_ 2012)
SMP : SMP Negeri 1 Teluknaga (2012_ 2015)
SMK : SMK Bina Mandiri Teluknaga (2015_ 2018)
S 1 : Universitas Buddhi Dharma (2018_ 2024)



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Buana Wang Wijaya
Jabatan : Direktur PT Centralite Anugerah Indah

Menerangkan bahwa:

Nama : Meliani
NIM : 20180300014

Adalah benar melakukan riset penelitian di PT Centralite Anugerah Indah terhitung sejak Juli 2023 s/d selesai untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Centralite Anugerah Indah”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 23 Oktober 2023


PT. CENTRALITE ANUGERAH INDAH
(Buana Wang Wijaya)

PT. CENTRALITE ANUGERAH INDAH

JAKARTA

Head Office :
Jl. Kedoya Raya Kav. 27A / 11
Kedoya Utara, Jakarta Barat 11520
Telp. (021) 5659680

www.centralite.co.id



Perusahaan Bersertifikat
ISO 9001:2015 | OHSAS 18001:2007 | ISO 45001:2018