

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2015, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.
2. ada pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan konsumen (Y) pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.
3. ada hubungan persepsi konsumen tentang harga jual produk (X_1) dengan kualitas pelayanan (X_2) pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.
4. ada pengaruh langsung persepsi konsumen tentang harga jual produk (X_1) terhadap Loyalitas konsumen (Z) pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.

5. ada pengaruh langsung kualitas pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas (Z) konsumen pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.
6. ada pengaruh Kepuasan konsumen (Y) terhadap loyalitas konsumen (Z) pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.
7. ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk (X_1) terhadap Loyalitas konsumen (Z) melalui Kepuasan konsumen (Y) pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.
8. ada pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas konsumen (Z) melalui Kepuasan konsumen (Y) pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.
9. ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan konsumen (Y) pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.
10. ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan Kepuasan konsumen (Y) terhadap Loyalitas konsumen (Z) Pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2014.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi konsumen tentang harga jual produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepasan konsumen pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2015, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Pimpinan dan segenap pengurus Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung hendaknya dapat menetapkan harga jual produk yang standard an tidak memberatkan konsumen.
2. Pimpinan dan segenap pengurus Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung hendaknya dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen sehingga kepuasan konsumen dalam berbelanja dapat terjaga
3. Pimpinan perusahaan sebaiknya melakukan inovasi kualitas pelayanan yang berbeda dengan perusahaan pesaing, sehingga dapat menjadi *brand image* perusahaan dalam menarik konsumen sebanyak-banyaknya.