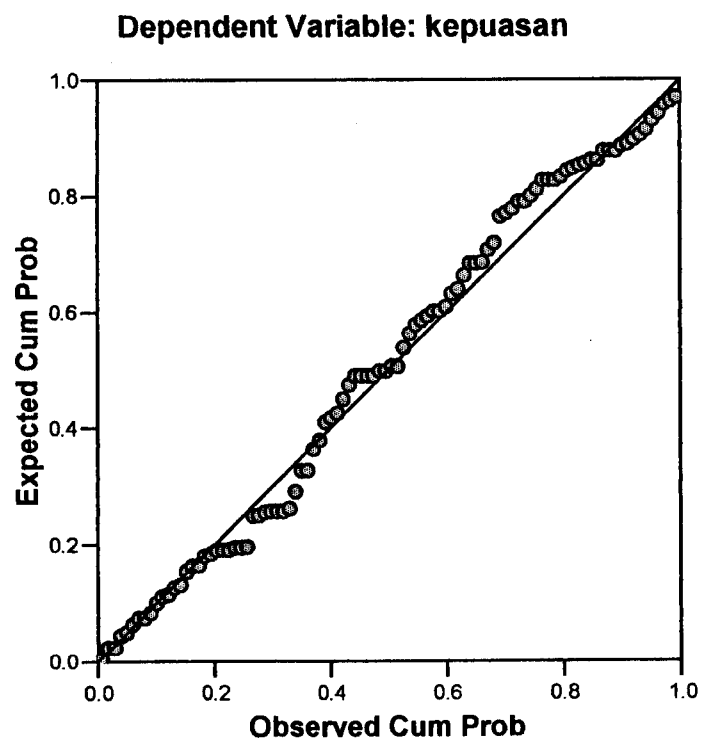


Dari gambar 4.1, grafik scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar secara acak (random) dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan untuk menolak H_0 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2
Grafik Normal Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh product feature, pelayanan, harga dan kepuasan konsumen, variabel harga memiliki nilai paling besar, yaitu sebesar 14,8%.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan saran yang mungkin dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen Monic Butik, antara lain:

1. Untuk model yang efektif digunakan, yaitu kepuasan konsumen yang dipengaruhi product feature dan pelayanan, variabel pelayanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Diharapkan perusahaan mampu meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tetap merasa puas. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kinerja karyawan, pemberian insentif tambahan untuk karyawan, maupun pemberian *reward* untuk karyawan yang berprestasi.
2. Berdasarkan hasil pengujian model loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kepuasan konsumen, variabel kepuasan konsumen memberikan kontribusi yang cukup besar bagi loyalitas konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus senantiasa melakukan inovasi yang dapat menunjang meningkatnya kepuasan konsumen, mengingat kepuasan konsumen mempunyai korelasi yang positif dengan loyalitas konsumen. Inovasi tersebut dapat dilakukan dengan

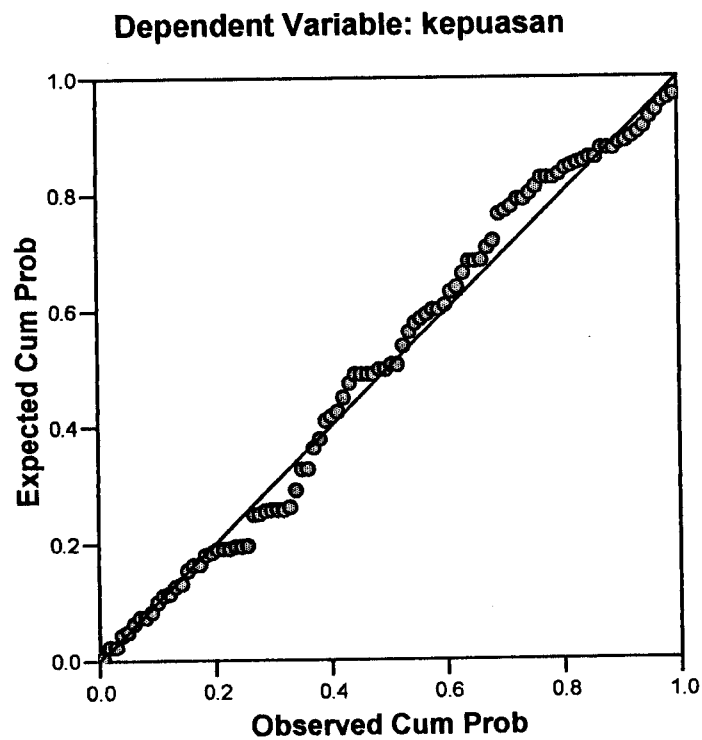
memberikan fasilitas dan kemudahan bagi member, mengadakan event-event bagi konsumen (terutama bagi member), atau training bagi karyawan demi kepuasan pelanggan.

3. Variabel harga memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap loyalitas konsumen. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan menentukan harga yang sepadan dengan fasilitas dan pelayanan yang didapat konsumen, serta secara periodic mengadakan program diskon untuk menarik minat beli konsumen sekaligus sebagai nilai tambah untuk konsumen..

Dari gambar 4.1, grafik scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar secara acak (random) dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan untuk menolak H_0 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2
Grafik Normal Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari tampilan grafik normal plot pada gambar 4.2 diatas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

4.2.2 Loyalitas konsumen yang dipengaruhi kepuasan konsumen

Rumusan masalah yang akan dianalisa adalah loyalitas yang dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Alat analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien determinasi berganda, analisis koefisien determinasi parsial, dan uji t.

Dalam penelitian ini, digunakan SPSS versi 12.0 untuk membantu perhitungan. Hasil perhitungan dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 4.9
Statistik Regresi
untuk Variabel Loyalitas Konsumen

Variabel	B	t_{hitung}	Sig. t	Keterangan	Korelasi	
					r	r^2
Konstanta	4,120					
Kepuasan (y_1)	0,943	5,660	0,000	signifikan	0,504	0,254
std. Error = 1,066				$F_{tabel} = 3,9423$		
adjusted R Square = 0,246				$t_{Tabel} = 1,9855$		

loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh product feature, pelayanan, harga dan kepuasan konsumen, variabel harga memiliki nilai paling besar, yaitu sebesar 14,8%.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan saran yang mungkin dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen Monic Butik, antara lain:

1. Untuk model yang efektif digunakan, yaitu kepuasan konsumen yang dipengaruhi product feature dan pelayanan, variabel pelayanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Diharapkan perusahaan mampu meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tetap merasa puas. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kinerja karyawan, pemberian insentif tambahan untuk karyawan, maupun pemberian *reward* untuk karyawan yang berprestasi.
2. Berdasarkan hasil pengujian model loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kepuasan konsumen, variabel kepuasan konsumen memberikan kontribusi yang cukup besar bagi loyalitas konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus senantiasa melakukan inovasi yang dapat menunjang meningkatnya kepuasan konsumen, mengingat kepuasan konsumen mempunyai korelasi yang positif dengan loyalitas konsumen. Inovasi tersebut dapat dilakukan dengan

memberikan fasilitas dan kemudahan bagi member, mengadakan event-event bagi konsumen (terutama bagi member), atau training bagi karyawan demi kepuasan pelanggan.

3. Variabel harga memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap loyalitas konsumen. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan menentukan harga yang sepadan dengan fasilitas dan pelayanan yang didapat konsumen, serta secara periodic mengadakan program diskon untuk menarik minat beli konsumen sekaligus sebagai nilai tambah untuk konsumen..