

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil perhitungan dan analisis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Diliat dari Analisis koefisien determinasi Kualitas Produk (X_1) berpengaruh namun tidak signifikan yaitu sebesar -0,0039 atau -0,39% terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) konsumen di restoran mie merapi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa kualitas berpengaruh pada loyalitas konsumen.
2. Dilihat dari Analisis koefisien determinasi Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan yaitu sebesar 0,4449 atau 44,49% terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) konsumen di restoran mie merapi. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di restoran mie merapi sebagai langkah yang sangat baik dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Kini mie merapi hanya harus mempertahankan apa yang telah dilakukan.
3. Dilihat dari Analisis koefisien determinasi Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) memberikan pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) sebesar 44,1% terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 55,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.
4. Dilihat dari sumber data berdasarkan kelamin, pelanggan mie merapi. Mayoritas responden adalah “Perempuan” yaitu sebanyak 127 orang atau 63,50% dan sisanya adalah responden

“Laki-laki” yaitu sebanyak 73 orang atau 36,50%. Dapat disimpulkan bahwa pelanggan mie merapi di dominasi oleh wanita.

5. Dilihat berdasarkan analisis deskriptif melalui variabel produk, dari rentang skor kategori 3400-17000 dengan panjang interval tiap kategori senilai 2720 mengatakan bahwa posisi mie merapi pada skor 14173 yang termasuk dalam kategori “baik”. Dalam variabel pelayanan, dari rentang skor kategori 3000-15000 dengan panjang interval tiap kategori senilai 2400 mengatakan bahwa mie merapi pada skor 12459 yang termasuk dalam kategori “baik”. Sedangkan dalam variabel loyalitas pelanggan, dari rentang skor kategori 1200-6000 dengan panjang interval tiap kategori senilai 960 mengatakan bahwa mie merapi pada skor 4901 yang serta mengatakan mie merapi pada kategori “baik”
6. Dilihat berdasarkan uji asumsi dasar, menggunakan uji normalitas yang mengatakan bahwa nilai *p-value* tersebut lebih besar dari alpha ($0,053 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal.
7. Dilihat berdasarkan uji asumsi klasik, beberapa metode yang diuji yaitu uji heteroskedastisitas dilihat bahwa dalam model tidak terdapat heterokedastisitas karena pada gambar tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. dalam uji multikolinieritas bahwa nilai VIF masing-masing variabel bebas dibawah 10, yakni Kualitas Produk (X_1) = 2,172 dan Kualitas Pelayanan (X_2) = 2,172. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam model.
8. Dilihat dari uji simultan (uji F) Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai F_{hitung} sebesar 77,844 dengan *p-value* (sig) 0,000. Dengan $\alpha=0,05$ serta derajat kebebasan $v_1 = 2$ dan $v_2 = 197$ ($n-(k+1)$), maka di dapat F_{tabel} 3,042. Dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($77,844 > 3,042$)

maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dengan tingkat pengaruh 77,84%, sedangkan 22,16% dipengaruhi oleh faktor lain.

9. Dilihat dari uji parsial (uji t) Dari perhitungan diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar -0,101 dan t_{tabel} -1,972. Dikarenakan nilai $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya Kualitas Produk (X_1) berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Yang berarti bahwa penelitian ini gagal membuktikan kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.
10. Dilihat dari uji parsial (uji t) Dari perhitungan diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 8,541 dan t_{tabel} 1,972. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Yang berarti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh 8.54% terhadap loyalitas konsumen.

5.2 Implikasi kebijakan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, saran yang dapat diberikan kepada manajemen mie merapi diantaranya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji data yang dilakukan bahwa mie merapi harus dapat meningkatkan kualitas produk agar dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini dapat berupa meningkatkan dan menjaga konsistensi rasa, meningkatkan daya tahan produk, dan memperhatikan tampilan produk.

2. Berdasarkan hasil uji data yang dilakukan bahwa mie merapi hanya harus mempertahankan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan telah membuat konsumen lebih loyal. Mempertahankan pelayanan yang ramah, rapi dan tepat merupakan kunci untuk menjaga konsumen agar melakukan *repeat buying*.
3. Disarankan mie merapi untuk melakukan riset lanjutan apa saja variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen selain kualitas produk dan kualitas pelayanan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti prosedur yang seharusnya, namun masih terdapat keterbatasan penelitian dalam pelaksanaannya antara lain:

1. Variabel yang masih sedikit sehingga membuat penelitian tidak maksimal dan tidak bisa meneliti bagian lain hanya dari 2 variabel saja.
2. Responden yang membantu mengisi kuesioner belum maksimal kualitasnya, masih banyak yang memilih ragu-ragu
3. Item-item pertanyaan kuesioner lebih terfokus pada pengalaman setelah mengkonsumsi beberapa kali, untuk pelanggan yang baru jawaban tidak terlalu akurat.
4. Adanya 2 cabang yang memungkinkan terjadinya perbedaan pengalaman.

5.4 Saran Penelitian

Saran-saran yang dapat diajukan oleh peneliti untuk penelitian yang akan datang, antara lain meliputi:

1. Jika dilihat dari koefisien determinasi penelitian ini mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 77.84 % yang dimana 22.16% dipengaruhi oleh faktor lain. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang berbeda selain kualitas produk dan kualitas pelayanan

2. Penelitian mendatang juga diharapkan lebih banyak dalam pengujian responden untuk mendapat hasil yang lebih akurat.
3. Penelitian mendatang juga diharapkan untuk bisa lebih membuat responden menjawab dengan sungguh-sungguh tanpa ada jawaban ragu-ragu.
4. Penelitian mendatang diharapkan untuk melakukan penelitian selain mie merapi.
5. Penelitian diharapkan dilakukan ulang untuk mengetahui apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen di restoran mie merapi.