

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Waroeng SS yang pernah membeli atau menikmati produk makanan dari Waroeng SS. Hal tersebut terbukti dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,942 dengan probabilitas 0,000 dimana angka tersebut signifikan.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Waroeng SS yang pernah membeli atau menikmati produk makanan dari Waroeng SS. Hal tersebut terbukti dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,906 dengan probabilitas 0,000 dimana angka tersebut signifikan.
3. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen Waroeng SS yang pernah membeli atau menikmati produk makanan dari Waroeng SS. Hal tersebut terbukti dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,909 dengan probabilitas 0,000 dimana angka tersebut signifikan.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS yang pernah membeli atau menikmati produk makanan dari Waroeng SS. Hal tersebut terbukti dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,915 dengan probabilitas 0,048 dimana angka tersebut signifikan.
5. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS yang pernah membeli atau menikmati produk makanan dari Waroeng SS. Hal tersebut terbukti dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,887 dengan probabilitas 0,046 dimana angka tersebut signifikan.
6. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS yang pernah membeli atau menikmati produk makanan dari Waroeng SS. Hal tersebut

terbukti dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,885 dengan probabilitas 0,049 dimana angka tersebut signifikan.

7. Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS yang pernah membeli atau menikmati produk makanan dari Waroeng SS. Hal tersebut terbukti dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,946 dengan probabilitas 0,000 dimana angka tersebut signifikan.
8. Kualitas pelayanan dapat berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan dengan nilai  $t$  yang dihasilkan adalah 19,8966 yang mana lebih besar dari  $t$  tabel.
9. Harga dapat berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan dengan nilai  $t$  yang dihasilkan adalah 15,44256 yang mana lebih besar dari  $t$  tabel.
10. Kepercayaan dapat berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan dengan nilai  $t$  yang dihasilkan adalah 17,45677 yang mana lebih besar dari  $t$  tabel.
11. Perbandingan kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kualitas pelayanan melalui kepuasan terhadap loyalitas konsumen. Diketahui pengaruh langsung yang diberikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,915 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,891132 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibanding pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kualitas pelayanan melalui kepuasan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.
12. Perbandingan harga terhadap loyalitas dengan harga melalui kepuasan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,887 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,857076

yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibanding pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung harga melalui kepuasan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

13. Perbandingan kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepercayaan melalui kepuasan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,885 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,859914 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibanding pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kepercayaan melalui kepuasan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Waroeng SS**

Mengingat kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas melalui kepuasan, maka Waoreng SS dapat lebih memaksimalkan lagi semua variabel tersebut agar menghasilkan hasil yang diharapkan.

### **2. Bagi Akademik**

Penelitian bisa digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk menambah pengetahuan khususnya dalam hal pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bukti studi kasus dan acuan atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik dalam proses perkuliahan.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini memiliki waktu yang singkat sehingga kurang mendapatkan hasil yang lebih maksimal.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel harga, kepercayaan, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Sedangkan masih banyak lagi variabel yang lebih baik untuk di teliti.
3. Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai sumber data, kelemahan dalam metode ini yaitu terkadang data yang tertera di kuisisioner tidak sesuai yang diharapkan atau kenyataannya.