

VI. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui jika kualitas pelayananan warung makan di Sentra Gudeg wijilan memiliki nilai rata-rata 3,65 yang berada di kategori baik. Dari semua indikator kualitas pelayanan, ternyata indikator keandalan karyawan memiliki rata-rata paling rendah jika dibandingkan dengan indikator yang lain, dan masuk kategori sedang.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui jika kepuasan konsumen warung makan di Sentra Gudeg Wijilan memiliki nilai rata-rata 3,58 yang berada di kategori tinggi. Dari semua indikator kepuasan konsumen, ternyata indikator harga memiliki rata-rata paling rendah jika dibandingkan dengan indikator yang lain, dan masuk kategori sedang.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui jika loyalitas konsumen warung makan di Sentra Gudeg Wijilan memiliki nilai rata-rata 3,62 yang berada di kategori tinggi. Dari semua indikator yang mempengaruhi loyalitas konsumen, ternyata indikator kebal terhadap tarikan memiliki rata-rata paling rendah jika dibandingkan dengan indikator yang lain, dan masuk kategori sedang.
4. Hasil pengujian regresi menunjukkan jika kepuasan konsumen memiliki nilai 0,407 yang artinya kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Nilai adjusted R² sebesar 0,120 yang mengindikasikan

bahwa 12% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dan selebihnya 88% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan bermanfaat bagi Gudeg Wijilan, antara lain sebagai berikut :

1. Kemampuan karyawan dalam melayani konsumen lebih ditingkatkan lagi, agar sesuai dengan yang dijanjikan serta akurat dan terpercaya.
2. Disarankan kepada pelaku bisnis untuk menyesuaikan antara harga yang ditawarkan dengan produk yang di dapat.
3. Disarankan kepada pelaku bisnis untuk memberikan diskon kepada konsumen yang melakukan pembelian lebih dari lima kali, supaya konsumen bisa kebal terhadap tarikan warung makan pesaing .
4. Riset mendatang diharapkan dapat memasukkan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen di luar variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.