

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk yang meliputi kesegaran (*Freshness*), penyajian (*Presentation*), dimasak dengan baik (*Well Cooked*), dan varian makanan (*Variety Of Food*), tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Resto Bale Bambu. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $<$ dari t tabel ($1,286 < 1,660$) dengan signifikansi $0,202 > 0,05$.
2. Kualitas Pelayanan memiliki beberapa aspek, yakni kehandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsives*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empty*), bukti fisik (*Tangible*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Resto Bale Bambu Jepara. Hal ini di buktikan dengan nilai t hitung $>$ dari t tabel ($3,537 > 1,660$) dengan signifikansi $0,01 < 0,05$.
3. Lokasi yang meliputi akses, visitabilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan, dan persaingan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen di Resto Bale Bambu Jepara. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung ($2,947 > 1,660$) dengan signifikansi $0,04 < 0,05$.
4. Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Resto Bale Bambu dan dapat menjadi prediktor yang baik untuk bagi loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($22,666 > 3,09$) dengan nilai signifikansi $0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Presentase pengaruh nya sebesar $64,4\%$, maka sisanya ($100\% - 64,4\% = 35,6\%$) di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan ataupun bahan pertimbangan, sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya bisa menguji kembali variabel yang tidak berpengaruh yaitu lokasi dan harga yang kemungkinan hasilnya bisa berubah pada periode penelitian yang berbeda. Mengingat besarnya pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi sebesar 64,4% sedangkan 35,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini, peneliti juga bisa menambah pengujian dengan menambah variabel-variabel lain yang sekiranya dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen selain kualitas produk, pelayanan dan lokasi seperti harga, fasilitas, suasana rumah makan, citra merek dan sebagainya.

2. Bagi Rumah Makan Restu Ibu

- a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki tingkat posisi pengaruh yang rendah terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai *standardized coefficient regresi* sebesar 0,123 atau 12,3%. Bagi pihak Resto Bale Bambu hendaknya mempertahankan strategi yang telah ada serta melakukan pengembangan, peningkatan, serta inovasi sehingga tercipta strategi yang lebih baik dari yang telah ada, sehingga akan meningkatkan pengaruh loyalitas pelanggan.

- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat posisi pengaruh yang cukup tinggi terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai *standardized coefficient regresi* sebesar 0,357 atau 35,7%. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa variabel pelayanan pada Resto Bale Bambu sudah cukup baik sehingga membuat para konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang. Maka bagi Resto Bale Bambu tetap mempertahankan strategi yang telah ada serta terus melakukan pengembangan, peningkatan, dan inovasi sehingga tercipta strategi yang lebih baik dari yang telah ada, sehingga akan lebih akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

- c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi memiliki posisi tingkat pengaruh yang sangat rendah terhadap perilaku pembelian konsumen dengan

nilai standardized coefficient regresi sebesar 0,273 atau 27,3%. Bagi pihak Resto Bale Bambu supaya melakukan peningkatan, pengembangan dan evaluasi terhadap berbagai strategi lokasi sehingga tercipta strategi yang lebih baik dan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan agar melakukan pembelian ulang di Resto Bale Bambu.

C. Penutup

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah, dan inayah kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kekurangan yang dikarenakan karena keterbatasan kemampuan peneliti. Untuk itu peneliti senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya.