

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Setelah menyusun berbagai pembahasan, mengolah data serta mengujinya menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0 tentang menganalisis harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal dapat disimpulkan bahwa:

Dalam Warunk Upnormal, variabel harga memengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, jika pelanggan merasa bahwa produk memiliki nilai dan keuntungan yang sebanding dengan harganya, maka kepuasan mereka akan meningkat.

Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal. Dengan demikian, Warunk Upnormal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang diharapkan.

Variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Warunk Upnormal. Dalam hal ini memaknai harga warunk upnormal sudah sesuai dengan nilai dan keuntungan yang diterima konsumen. dengan begitu konsumen tetap loyal terhadap produk Warunk Upnormal.

Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Warunk Upnormal. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya semakin Warunk Upnormal dapat meningkatkan dan mempertahankan konsistensi kualitas produknya maka akan menjadikan konsumen loyal atau setia terhadap Warunk Upnormal.

Variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Artinya kesesuaian harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan nilai dan manfaat yang diterima maka kan membangun citra bahwa harga yang dibayarkan setara dengan kualitas produk Warunk Upnormal maka akan

meningkatkan kepuasan konsumen sehingga mendorong terciptanya loyalitas konsumen pada Warunk Upnormal.

Variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal. Artinya semakin harga ditetapkan secara kompetitif dan membuat konsumen menumbuhkan perasaan puas akan meningkatkan loyalitas dari konsumen Warunk Upnormal.

Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal. Dalam penelitian ini didapatkan hasil melalui uji T-statistik yang diketahui melebihi dari T-tabel. Namun dalam pengujian menggunakan metode VAF variabel pemediasi yaitu kepuasan konsumen tidak mempengaruhi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sebagai mediator. Perihal tersebut mengartikan bahwa jika kualitas produk yang dirasakan konsumen tidak baik maka tidak akan memberikan pengalaman kepada konsumen secara positif akibatnya konsumen tidak puas sehingga dapat menurunkan loyalitas pelanggan terhadap Warunk Upnormal.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan tata cara yang telah ditetapkan serta standar operasional dan juga kaidah yang berlaku, akan tetapi berdasarkan pengalaman selama melakukan proses penelitian ini peneliti menyadari adanya faktor-faktor yang menjadi keterbatasan pada penyusunan, antara lain:

1. Variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini hanya memakai variabel Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Variabel tersebut tentu bukan menjadi satu-satunya faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen maupun loyalitas konsumen secara menyeluruh. Sehingga diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lainnya agar mampu menyempurnakan penelitian.
2. Responden dalam penelitian ini hanya sebatas konsumen yang berkeaktivitas di DKI Jakarta dengan total sebanyak 100 responden. Hal tersebut tidak bisa mencukupi untuk menjelaskan keadaan yang

sebenarnya. Dimana kesimpulan yang ada hanya didasarkan atas data yang telah didapatkan menggunakan penyebaran kuesioner sehingga tidak dapat digeneralisasikan untuk mengukur kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen di wilayah lainnya.

3. Keterbatasan lain yang menyebabkan penelitian kurang maksimal adalah proses pengambilan data. Yang mana kuesioner disebarakan secara daring sehingga peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisinya dengan seksama. Oleh karena itu beberapa *feedback* yang diterima dari pengisian kuesioner tidak mencerminkan kondisi yang sesungguhnya karena pengisian tidak variatif. Selain itu kemungkinan kuesioner yang disajikan tidak mewakili pendapat responden yang disebabkan oleh persepsi masing-masing responden yang berbeda dan tidak diketahui.

### 5.3. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan pada penelitian yang berjudul “Analisis Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal” terdapat beberapa saran yang dapat diberikan.

1. Praktis

Secara teoritis peneliti dapat memberikan rekomendasi kepada pihak Warunk Upnormal sebagai berikut:

Ditinjau dari pengukuran *outer loading factor* pada variabel harga diketahui nilai terendahnya adalah pada pernyataan H5 sebesar 0.715 oleh karena itu disarankan untuk pihak Warunk Upnormal untuk memperhatikan kesesuaian manfaat dengan harga yang ditawarkan. Misalnya dengan mempertimbangkan ulang mengenai strategi penetapan harga. Warunk Upnormal harus memastikan bahwa harga yang ditetapkan mencerminkan nilai tambah yang diberikan oleh produk. Atau dengan cara memperbaiki kualitas produknya, karena dengan produk yang berkualitas tinggi dapat memberikan manfaat yang lebih besar sehingga dapat membantu menjustifikasi harga yang lebih tinggi. Kemudian H8 sebagai nilai tertinggi sebesar 0.911, diharapkan

Warunk Upnormal dapat mempertahankan daya saing harga agar menjadi lebih kompetitif di pasar.

Ditinjau dari pengukuran *outer loading factor* pada variabel kualitas produk diketahui nilai terendahnya adalah pada pernyataan KP3 sebesar 0.701 oleh karena itu disarankan untuk pihak Warunk Upnormal agar mengoptimalkan proses memasak untuk menghasilkan tekstur makanan yang sesuai. Pastikan kualitas bahan baku yang dipilih oleh Warunk Upnormal berkualitas tinggi dan segar karena akan mempengaruhi tekstur akhir dari kualitas produk Warunk Upnormal sendiri. Kemudian KP8 sebagai nilai tertinggi sebesar 0.929, diharapkan Warunk Upnormal dapat mempertahankan segi tampilan dari penyajian produk yang dapat mencerminkan kualitasnya. Sebab hal tersebut akan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan dari konsumen Warunk Upnormal sehingga mereka yakin produk Warunk Upnormal akan memenuhi harapan.

Ditinjau dari pengukuran *outer loading factor* pada variabel kepuasan konsumen diketahui nilai terendahnya adalah pada pernyataan KK6 sebesar 0.786 oleh karena itu disarankan untuk pihak Warunk Upnormal menyiapkan sarana yang dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan untuk memberikan umpan balik terkait saran dan kritiknya. Hal tersebut dapat dijadikan bahan untuk evaluasi oleh Warunk Upnormal. Dan penting sekali melakukan evaluasi internal secara menyeluruh untuk meninjau kembali segala aspek yang masih dibawah standar operasional. Kemudian KK 8 sebagai nilai tertinggi sebesar 0.932, diharapkan Warunk Upnormal dapat mempertahankan konsistensi yang membuat konsumen memiliki pengalaman yang positif sehingga dapat mendorong konsumen merekomendasikan Warunk Upnormal tanpa merasa keberatan sehingga dapat memperluas jangkauan pemasarannya atau mencapai khalayak bisnis yang lebih luas.

## 2. Teoritis

Secara teoritis peneliti mengharapkan diluar keterbatasannya penelitian ini dapat mendorong peneliti selanjutnya untuk mengembangkan atau memperdalam kerangka teoritis untuk memahami lebih baik bagaimana harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Oleh karena itu disarankan untuk meneliti kembali dan mempertimbangkan faktor pendukung lain yang dapat menyempurnakan penelitian ini. Apakah ada variabel tambahan yang mungkin dapat mempengaruhi hubungan loyalitas pelanggan dan kepuasan konsumen Warunk Upnormal misalnya faktor-faktor citra merek, kualitas layanan , *green marketing*, lokasi dan sebagainya. Sehingga hasilnya akan lebih beragam dan memperkaya analisis serta memperdalam pemahanan terkait fenomena yang sedang diteliti