

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, dengan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening pada Mie Gacoan cabang Leuwiliang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
4. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
5. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen
7. Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mie Gacoan Cabang Leuwilian

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan perlu lebih memperhatikan kelemahan pada indikator tertentu agar Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui kepuasan Konsumen dapat berjalan lebih optimal. Pada variabel Kualitas Pelayanan, di temukan bahwa pernyataan "*Pesanan konsumen di Mie Gacoan disajikan sesuai dengan permintaan.*" Lalu "*Karyawan Mie Gacoan cepat tanggap dalam melayani konsumen.*" Dan "*Karyawan Mie Gacoan segera menangani keluhan pelanggan.*" menunjukkan bahwa Mie Gacoan Leuwiliang disarankan untuk memberikan pelatihan (training) secara offline kepada karyawan secara berkala agar kemampuan dalam memberikan pelayanan dapat meningkat, terutama dalam hal ketepatan penyajian pesanan, kecepatan tanggapan, dan penanganan keluhan pelanggan. Dengan adanya pelatihan tersebut, diharapkan karyawan dapat bekerja lebih profesional dan konsisten dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen.

Pada variabel Harga, indikator "*Proses pembayaran di Mie Gacoan tidak rumit sehingga berjalan lancar.*" mengindikasikan bahwa Mie Gacoan Leuwiliang disarankan untuk memperbaiki sistem pembayaran agar lebih efisien dan mudah diakses oleh konsumen, misalnya dengan

menambah opsi pembayaran digital atau mempercepat proses transaksi di kasir. Langkah ini dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen. Selain itu, karyawan kasir juga dapat diberikan pelatihan untuk mempercepat proses transaksi dan meminimalisir kesalahan dalam penginputan pesanan. Langkah-langkah tersebut dapat membantu menciptakan pengalaman pembayaran yang lebih cepat, nyaman, dan memuaskan bagi konsumen.

Pada Variabel Kepuasan Konsumen, indikator *“Saya cenderung membeli produk yang direkomendasikan oleh Mie Gacoan.”* mengindikasikan bahwa Mie Gacoan Leuwiliang disarankan untuk meningkatkan daya tarik terhadap produk yang direkomendasikan kepada konsumen, dengan cara memberikan promosi menarik seperti paket bundling, potongan harga, atau pemberian rekomendasi menu berdasarkan preferensi pelanggan. Selain itu, Mie Gacoan juga dapat memanfaatkan media sosial atau display digital di tempat penjualan untuk menampilkan menu rekomendasi secara lebih menarik, sehingga dapat mendorong konsumen untuk mencoba dan merasa lebih puas terhadap pengalaman berkunjungnya.

Selain itu pada variabel Loyalitas Konsumen, indikator *“Saya rutin membeli makanan di Mie Gacoan setiap minggu/bulan.”* mengindikasikan bahwa Mie Gacoan Leuwiliang disarankan untuk meningkatkan frekuensi kunjungan pelanggan, dengan cara memberikan

program loyalitas seperti sistem poin, diskon khusus bagi pelanggan tetap, atau promo mingguan yang dapat menarik minat konsumen untuk berkunjung secara rutin. Selain itu, menjaga kualitas rasa dan pelayanan secara konsisten juga penting agar konsumen merasa puas dan terdorong untuk melakukan pembelian ulang secara berkala.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada variabel kualitas pelayanan, harga, kepuasan, dan loyalitas. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi loyalitas konsumen, seperti citra merek (brand image), promosi, kepercayaan konsumen, atau persepsi nilai. Dengan penambahan variabel tersebut, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen pada bisnis kuliner