BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *product* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh. Dapat dilihat pada nilai t_{hitung} (5,607) > t_{tabel} (1,97646). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *product* maka akan berdampak pada semakin tinggi *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh.
2. Variabel *price* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh. Dapat dilihat pada nilai t_{hitung} (2,991) > t_{tabel} (1,97646). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *price* maka akan berdampak pada semakin tinggi *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh.
3. Variabel *place* berpengaruh tidak signifikan terhadap *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh. Dapat dilihat pada nilai t_{hitung} (–0,421) < t_{tabel} (1,97646). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *place* maka akan berdampak pada semakin rendah *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh.
4. Variabel *promotion* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh. Hal ini dapat dilihat pada nilai

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

t_{hitung} (5,266) > t_{tabel} (1,97646). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *promotion* maka akan berdampak pada semakin tinggi *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh.

5. *Marketing mix* atau variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*, dilihat dari nilai F_{hitung} yaitu sebesar 32,917 bernilai lebih besar daripada nilai F_{tabel} yaitu sebesar 2,43. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* secara bersama-sama maka akan berdampak pada semakin tinggi *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh.
6. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi nilai R-*square* adalah sebesar 0,476. Angka ini menjelaskan bahwa sebesar 47,6% *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh dipengaruhi oleh variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting untuk Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh untuk lebih mengamati dan menganalisa faktor *product*, *price*, *place*, dan *promotion* karena dari semua faktor tersebut terdapat 3 variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh yaitu faktor *product*, *price*, dan

promotion. Artinya semakin tinggi nilai ketiga variabel tersebut maka akan semakin tinggi *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pengamatan peneliti di lapangan, implikasi yang dapat dilakukan oleh usaha Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh adalah peningkatan faktor *product* dengan peningkatan kualitas rasa dari produk dan menyediakan variasi produk tambahan dengan pengurangan tingkat kepedasan. Sedangkan bentuk peningkatan faktor *price* yang dapat dilakukan oleh pengusaha adalah seperti dengan cara memberikan harga yang murah serta stabil. Kemudian peningkatan faktor *promotion* yang dapat dilakukan oleh pengusaha adalah seperti dengan cara pembagian selebaran iklan kepada masyarakat atau dapat melakukan pemasangan baliho iklan. Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh juga perlu melakukan promosi dengan frekuensi yang lebih tinggi untuk mengenalkan nama usahanya yang pernah diganti dari Mie Narako Jahanam. Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, banyak diantara konsumen yang masih belum mengetahui bahwa Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh adalah Mie Narako Jahanam Cabang Kota Payakumbuh yang telah berganti nama.

Dari hasil penelitian ini juga dapat dilihat bahwa faktor *product* adalah yang paling signifikan mempengaruhi *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh. Maka hal ini dapat dijadikan acuan utama yang digunakan untuk mencapai *customer loyalty* yang tinggi pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan yang ada. Keterbatasan dan kelemahan pada penelitian ini dapat menjadi sumber perbaikan untuk penelitian di masa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kelemahan pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh faktor *product*, *price*, *place*, dan *promotion* terhadap *customer loyalty* pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh yang dalam pengujiannya hanya mampu menjelaskan pengaruh sebesar 47,6% saja, sedangkan sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan.
2. Responden dalam penelitian ini hanya dalam skala yang tidak begitu besar, yaitu 150 responden dari kalangan konsumen Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh. Maka hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan pada Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh saja, sehingga hasilnya tidak begitu dapat dibandingkannya dengan usaha lain.
3. Lokasi dalam penelitian ini hanya difokuskan pada wilayah Kota Payakumbuh, maka hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan di Kota Payakumbuh, dan hasil yang sama belum tentu didapatkan jika penelitian dilakukan di daerah lain.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

5.4.1 Untuk Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada variabel mengkaji pengaruh faktor *product*, *price*, *place*, dan *promotion*, karena itu disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang juga turut mempengaruhi *customer loyalty*, seperti kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan.
2. Wilayah cakupan dalam penelitian ini masih dalam skala kecil, yaitu hanya meneliti di Kota Payakumbuh saja, disarankan pada penelitian selanjutnya agar dapat meneliti lokasi yang lebih luas dan tidak hanya pada satu daerah saja, sehingga mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

5.4.2 Untuk Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh

Pihak Mie Podeh Huhahh di Kota Payakumbuh disarankan untuk lebih memperhatikan faktor *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Penulis menyarankan pelaku usaha agar dapat mempertimbangkan jumlah pilihan produk, resep makanan untuk setiap jenis produk, rasa yang diinginkan konsumen, pengemasan yang memberikan kesan lebih mewah, dan konsistensi harga. Selain itu, pelaku usaha juga disarankan untuk selalu menjaga kenyamanan lokasi penjualan, menjaga keamanan di lokasi penjualan, promosi kegiatan yang lebih banyak, kualitas promosi yang lebih tinggi, dan menjaga agar kenyataan di lapangan selalu sesuai dengan apa yang disampaikan dalam setiap promosi.