

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada Bab IV, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas yang diharapkan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel persepsi kualitas pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Semakin tinggi kualitas yang diharapkan akan produk Sate Mak Syukur, maka semakin tinggi persepsi kualitas yang ditimbulkan oleh Sate Mak Syukur.
2. Variabel kualitas yang diharapkan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel persepsi nilai pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Semakin tinggi kualitas yang diharapkan akan produk Sate Mak Syukur, maka semakin tinggi persepsi nilai yang ditimbulkan oleh Sate Mak Syukur.
3. Variabel persepsi kualitas menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel persepsi nilai pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Semakin tinggi persepsi kualitas yang ditimbulkan oleh Sate Mak Syukur, maka semakin tinggi persepsi nilai yang ditimbulkan oleh Sate Mak Syukur.
4. Variabel persepsi kualitas menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Semakin tinggi persepsi kualitas yang ditimbulkan oleh Sate Mak Syukur, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen Sate Mak Syukur.

5. Variabel kualitas yang diharapkan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa harapan konsumen atas kualitas dari produk Sate Mak Syukur tidak mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Sate Mak Syukur.
6. Variabel persepsi nilai menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Semakin tinggi persepsi nilai yang ditimbulkan oleh Sate Mak Syukur, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen Sate Mak Syukur.
7. Variabel kepuasan konsumen menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh Sate Mak Syukur, maka semakin tinggi loyalitas konsumen terhadap Sate Mak Syukur.

5.2. Implikasi Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini didapatkan beberapa implikasi penting bagi pihak Sate Mak Syukur agar lebih memperhatikan dan mengoptimalkan kualitas yang diharapkan konsumen, persepsi kualitas, persepsi nilai, dan kepuasan konsumen agar bisa menciptakan tingkat loyalitas konsumen yang tinggi. Kelima hal tersebut saling berhubungan dan mempengaruhi satu sama lainnya. Hasil dari penelitian ini bisa dikembangkan oleh pelaku usaha sebagai sebuah strategi dalam pemasaran produk.

Faktor yang paling mendominasi dalam terciptanya loyalitas konsumen menurut hasil penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Variabel kepuasan konsumen memiliki nilai validitas paling tinggi di antara variabel – variabel lainnya

yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dengan meningkatkan fasilitas – fasilitas yang disediakan untuk konsumen, seperti memperluas lahan parkir, menjaga kebersihan toilet, dan lain sebagainya.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian tentang keterkaitan kualitas yang diharapkan, persepsi kualitas, persepsi nilai, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen pada Sate Mak Syukur tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan yang ada. Keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini menjadi sumber untuk penelitian di masa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kekurangan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini, penulis hanya mengkaji variabel kualitas yang diharapkan, persepsi kualitas, persepsi nilai, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Hal ini menjadi keterbatasan dikarenakan variabel lain masih bisa ditambahkan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Calvo – Porral *et al* (2016) yang menggunakan variabel pelayanan, lingkungan, dan keberagaman produk yang ditawarkan sebagai variabel tambahan dalam meneliti loyalitas konsumen.
2. Dalam penelitian ini responden yang dipilih hanya dalam skala kecil yaitu 114 responden yaitu masyarakat baik dari luar ataupun dari dalam Kota Padang Panjang yang membeli dan mengkonsumsi Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Hal ini menjadi keterbatasan karena pada penelitian

Canalejo *et al* (2018) jumlah responden yang dipilih dalam skala besar yaitu sebanyak 922 responden.

5.4. Saran

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

1. Bagi Penulis Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya pada variabel kualitas yang diharapkan, persepsi kualitas, persepsi nilai, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya melakukan pengembangan dengan penambahan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Variabel lain masih bisa ditambahkan seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Calvo – Porral *et al* (2016) yang menggunakan variabel pelayanan, lingkungan, dan keberagaman produk yang ditawarkan sebagai variabel tambahan dalam meneliti loyalitas konsumen. Sehingga untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel kualitas yang diharapkan, persepsi kualitas, persepsi nilai, kepuasan konsumen, pelayanan, lingkungan, serta keberagaman produk yang ditawarkan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Jumlah sampel pada penelitian ini masih dengan skala kecil. Oleh karena itu, sebaiknya sampel penelitian diperbanyak sehingga lingkup penelitian menjadi semakin besar. Pada penelitian Canalejo *et al* (2018), jumlah sampel yang dipilih dalam skala besar yaitu sebanyak 922 responden. Hal ini bisa menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dengan memilih jumlah sampel hingga 922 atau lebih responden.

2. Bagi Pihak Sate Mak Syukur

Sebaiknya pihak Sate Mak Syukur lebih memperhatikan kualitas dari produk yang diharapkan oleh konsumen untuk akhirnya konsumen menjadi loyal kepada Sate Mak Syukur. Salah satunya yaitu dengan senantiasa mempertahankan kesegaran dari daging yang digunakan dan juga mempertahankan cita rasa dari kuah sate yang berasal dari rempah-rempah yang dipilih sebagai bumbu khas dari Sate Mak Syukur. Pihak Sate Mak Syukur bisa melakukan riset dan pengembangan kembali agar produk yang diciptakan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen saat ini.

Pihak Sate Mak Syukur juga sebaiknya memperhatikan fasilitas yang disediakan untuk konsumen, seperti memperluas lahan parkir, menjaga kebersihan toilet, dan sebagainya.

Pihak Sate Mak Syukur sebaiknya juga mempertimbangkan harga jual dari produk sehingga terciptanya nilai lebih akan produk dari Sate Mak Syukur ini. Nilai lebih yang tercipta akan mampu membuat konsumen menjadi loyal terhadap Sate Mak Syukur.