

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung”, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari pengujian pada hipotesis pertama (H_1) diketahui bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya harga maka akan semakin meningkat juga loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.
2. Berdasarkan hasil dari pengujian pada hipotesis kedua (H_2) bisa diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkat juga loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

3. Berdasarkan hasil dari pengujian pada hipotesis ketiga (H_3) bisa diketahui bahwa secara parsial variabel atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya atribut produk maka akan semakin meningkat juga loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.
4. Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis keempat (H_4) bisa diketahui bahwa variabel harga, kualitas pelayanan dan atribut produk, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut menunjukkan bahwa loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung dipengaruhi oleh ketiga variabel yaitu harga, kualitas pelayanan, dan atribut produk.
5. Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini bisa diketahui bahwa variabel yang dominan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen pada Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung adalah variabel harga. Hal tersebut menunjukkan jika variabel harga memberikan pengaruh yang lebih besar dari variabel lain yang mendorong terciptanya loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

B. Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti ingin menyampaikan saran yang bermanfaat, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan bisa menambah keilmuan dalam bidang manajemen bisnis syariah terkait penetapan harga, kualitas pelayanan, atribut produk serta peningkatan loyalitas konsumen. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan, sehingga masih diperlukan adanya penelitian yang lebih mendalam.

2. Bagi Pelaku Usaha Kuliner Khususnya Batagor & Siomay Shakila di

Asia Food Court Kabupaten Tulungagung diharapkan dapat mempertahankan apa yang telah dilakukan terkait penetapan harga, dan memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin, serta memperhatikan atribut produk yang ada. Ketika hendak melakukan perubahan harga sebaiknya tidak menaikkan harga terlalu tajam, juga diimbangi dengan mengontrol volume penjualan serta mendengarkan opini dari konsumen agar bisa menentukan strategi harga yang tepat. Hal ini perlu diperhatikan karena dari hasil penelitian ini variabel harga berpengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen .

3. Bagi konsumen diharapkan menjadi konsumen yang cerdas,

memperhatikan harga, kualitas pelayanan, serta atribut produk didalamnya yang sesuai dengan selera atau harapannya. Selain itu konsumen diharapkan berkenan memberikan kritik atau saran dengan

sopan apabila ada permasalahan atau hal-hal yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga pelaku usaha bisa mencari solusi dan memperbaiki hal tersebut.

4. Bagi Peneliti yang Akan Datang

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa melakukan penelitian terkait masalah ini secara lebih mendalam dengan menambahkan jumlah sampel ataupun variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen, serta menambahkan teori-teori lain yang bisa mendukung penelitian tersebut.