

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di analisis data dan pembahasan tentang pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen *waroeng steak and shake* angkatan 66 Palembang dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*, maka simpulan penelitian ini sebagai berikut.

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *waroeng steak and shake* Angkatan 66 Palembang dengan nilai T_{hitung} 3,850 lebih besar dari T_{tabel} 1,662 dengan signifikansinya $0,000 < 0,05$.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *waroeng steak and shake* Angkatan 66 Palembang dengan nilai T_{hitung} 9,102 lebih besar dari T_{tabel} 1,662 dengan signifikansinya $0,000 < 0,05$.
3. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen *waroeng steak and shake* Angkatan 66 Palembang dengan nilai T_{hitung} 1,996 lebih besar dari T_{tabel} 1,662 dengan signifikansinya $0,032 < 0,05$.
4. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen *waroeng steak and shake* Angkatan 66 Palembang dengan nilai T_{hitung} 2,339 lebih besar dari T_{tabel} 1,662 dengan signifikansinya $0,036 < 0,05$.
5. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen *waroeng steak and shake* Angkatan 66 Palembang dengan nilai T_{hitung} 4,630 lebih besar dari T_{tabel} 1,662 dengan signifikansinya $0,000 < 0,05$.

6. Kepuasan dapat memediasi pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan. Maka peneliti dapat menyampaikan beberapa saran dari hasil penelitian sebagai berikut.

1. Penetapan harga *waroeng steak and shake* angkatan 66 Palembang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan ulang mengingat harga yang ditawarkan belum mampu membentuk sikap loyal para konsumen.
2. *Waroeng steak and shake* angkatan 66 Palembang lebih mengoptimalkan lagi peningkatan kualitas pelayanan bagi secara fisik maupun non fisik guna menjaga kepuasan dan loyalitas konsumennya.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan.