

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Geprek Benu Palembang dengan memperoleh nilai t-hitung sebesar  $3,897 >$  nilai t-tabel  $1,660$  dan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ , artinya apabila Kualitas Produk ditingkatkan maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen Geprek Benu Palembang dengan memperoleh nilai t-hitung sebesar  $3,498 >$  nilai t-tabel  $1,660$  dan taraf signifikan  $0,001$ , artinya apabila Harga ditingkatkan maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Konsumen Geprek

Bensu Palembang dengan memperoleh nilai t-hitung sebesar  $6,640 >$  nilai t-tabel  $1,660$  dan taraf signifikan  $0,000$ . Artinya apabila Kualitas Produk ditingkatkan maka Loyalitas Konsumen akan meningkat.

4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada konsumen Geprek Bensu Palembang dengan memperoleh nilai t-hitung sebesar  $2,307 >$  nilai t-tabel  $1,660$  dan taraf signifikan  $0,023$ . Artinya apabila Kualitas Produk ditingkatkan maka Loyalitas Konsumen akan meningkat.
5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Konsumen Geprek Bensu Palembang dengan memperoleh nilai t-hitung sebesar  $2,004 >$  nilai t-tabel  $1,660$  dan taraf signifikan  $0,048$ . Artinya apabila Kepuasan Pelanggan ditingkatkan maka Loyalitas Konsumen akan meningkat.
6. Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen. Sesuai dengan hasil *Sobel test* nilai *p-value*  $0,00923776 < 0,05$ . Artinya Kualitas Produk melalui Loyalitas Konsumen dapat mengaitkan Kepuasan

Pelanggan. Artinya bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan pada knsumen Geprek Benu Palembang dan termasuk kedalam *Partial Mediation*..

7. Kepuasan Pelanggan dapat memediasi pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Konsumen Geprek Benu Palembang. Konsumen. Sesuai dengan hasil *Sobel test* nilai  $p\text{-value } 0,00331994 < 0,05$ . Artinya Harga melalui Loyalitas Konsumen dapat mengaitkan Kepuasan Pelanggan dan termasuk kedalam *Partial Mediation*.
8. Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas Konsumen berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dalam persepsi ekonomi islam dengan hasil secara keseluruhan telah sesuai dengan syariat Islam.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat diusulkan saran yang diharapkan bermanfaat bagi Restoran Geprek Benu Palembang, sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan Restoran Geprek Benu Palembang, kepuasan pelanggan dalam perspektif harga produk perlu ditingkatkan agar memperoleh loyalitas konsumen, kemudian diharapkan pihak restoran memberikan informasi mengenai harga produk secara lebih baik lagi dan meningkatkan respon positif konsumen setelah mengkonsumsi produk.
2. Bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk menambah faktor lain yang bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tidak hanya melalui kualitas produk dan harga, sehingga dapat memberikan gambaran secara luas mengenai variabel dan faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian, antara lain:

1. Priode waktu penelitian hanya dilakukan pada satu tahun yaitu pada tahun 2019.

2. Penggunaan data sampel masih relatif sedikit, yaitu hanya memiliki 100 responden konsumen.
3. Banyak variabel yang dapat digunakan namun dalam penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel penelitian. Sedangkan, masih banyak variabel lain yang dapat diteliti pada perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman (restoran).



## DAFTAR PUSTAKA

- Philip and Keller Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2009
- Manajer Geprek Benu Palembang, Palembang: 10 Desember 2019
- Ida Kurnia, Wawancara dengan salah satu Konsumen, Palembang: 15 Desember 2019
- Julio Jamil, Wawancara dengan salah satu Konsumen, Palembang: 19 Desember 2019
- Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam edisi 1*, Jakarta: Kencana, 2013
- Kartajaya dan Sula, M.Syakir, *Syariah Marketing Cetakan Ke-tiga*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006
- Fauzia, Ika Y. *Etika Bisnis dalam Islam (Edisi Pertama)*, Jakarta: Kencana Prenasa Media Group, 2013
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015
- Didiek Ahmad Supadie, *Sistem Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan EkonoI Rakyat*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2013

- Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Rattih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV. Alfabeta, 2015
- Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media, 2014
- Sukarno Wibowo dan Dedi Supardi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013
- Bob Sabran, *Philip Kotler dan Kevin Lane Keller Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 2008
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012
- Sandono, Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi Edisi ketiga*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), Hlm.99
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2013



- Misbahuddin dan Iqbal Hassan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi Kedua*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi Pada penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Edisi Kedua*, Jakarta: Kencana, 2015
- Sugiyono, *Statiska Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Budi Setiawan, *Menganalisa Statistik Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 21*, Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2013
- Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017
- V. Wiratna Suwarjeni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015
- Sugiyono, *Metode Penelitian Penekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Kencana, 2013
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011

- Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016
- Iredho Fani Reza, *Metodologi Penelitian Psikologi Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, Palembang: Noer Fikri Offset, 2016
- Sutrisno Hadi, *Seri Program Statistik-versi 2000*, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2000
- Budi Susetyo, *Statiska Untuk Analisis Data Penelitian Dilengkapi Cara Perhitungan dengan SPSS dan MS Office Excel*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2012
- Ghazali, Imam, *Aplikasi Analysis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2007
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis dengan Program SPP*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013
- Imam Gunawan, *Pengantar Statika Inferensial*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009

## JURNAL DAN INTERNET

Muhammad Anwar Fathoni, Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam, Jurnal Hukum dan Syariah, Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jakarta, 2018, Vol. 9, No. 1

*[Https://: id.m.wikipedia.org](https://id.m.wikipedia.org)*

Burgess, N Sarker, *Total Quality Manajemen*, The TQM Magazine, 1999

Artika Romal Amrullah dan Sasi Agustin, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*, Surabaya, *Jurnal Ekonomi*, 2016

Vina Agustina, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayananm Kepuasan Pelanggan dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus, Vol.3

Huber, F. Hermann, A Wricke, M, *Customer satisfaction as an antecedent of price acceptance: results of an empricial study*, *Journal of Product & Brand Management*, Vol.10, No.3, 2001

Dita Putri A., Srikandi Kumadji dan Sunarti, *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada RM.Sakinah Pasuruan*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.37, No.1, 2016

Jhon W Creswell, *Designing And Conducting Mixed Methods Research*,  
United State Of Amarica, 2007

[Http:www.sosiologis.com/contoh-data-kualitatif-kuantitatif/amp](http://www.sosiologis.com/contoh-data-kualitatif-kuantitatif/amp)

Noor Wahyuni, *Uji Validitas dan Reliabilitas*, Artikel Binus  
University Quality Management Center, 2014

Baron, R. M and Kenny, D. A. “The Moderator-Mediator Variable  
Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic  
and Statistical Considerations.” *Journal of Personality and Social  
Psychologi*. Vol. 51, No. 6, 1173-1182. Americal Pshcological  
Association, Inc. 1986

Preacher, K. J., Rucker, D. D and Hayes, A. F. “ *Addressing Moderated  
Mediation Hypothesis: Theory, Methods and Prescriptions*”.  
(Multivariate Behavioral Research, 42(1), 185-227 Lawrence Erlbaum  
Associates, Inc.2007).

Ni Made Sinta Wedarini, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap  
Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi”, *E-Jurnal  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Umud)*, Bali,  
Vol.2, No. 5, 2013

Ari Prasetio, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap  
Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Aanlisis Manajemen*, Universitas  
Negeri Semarang, Vol. 1 No. 1, 2012

Mela Rosalina, Nurul Qomariah danMaheni Ika Sari, “Dampak  
Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas

Konsumen Oppo Smartphone”, *Jurnal Penelitian IPTEKS*  
Universitas Muhammadiyah Jember, Vol. 4, No. 2, 2019

Made Caesar Surya Dwi Putra dan Ni Wayan Ekawati, “Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa”, *E-Jurnal Manajemen*, Universitas Muhammadiyah Udayana, Vol. 6, No. 3, 2017

Aris Irnandha, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Khusus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Saga Yogyakarta)”, *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 5 , No. 6, 2016

Sri Widodo, Cicik Harini dan andi Tri Haryono, “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intevening (Studi Pada Ibu Rumah Tangga

Pengguna Produk Downy di RW XXVI Perum Puri Dinar Elok Meteseh Semarang)”, *Jurnal Manajemen FEBI*, Universitas Padanaran Semarang, No. 14, 2018

I Putu Surya Ananta Wijaya dan I Nyoman Nurcahya, “Kepuasan Peanggan Memediasi Kualitas Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Loaylitas Merek MCDonalds Di Kota Denpasar)”, *E-Jurnal ManajemenUnud*, Vol. 6, No. 3, 2017

Arief Arrohman, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Fan Elektrik Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada CV. Cahaya dan Furnitur, Sukabui, Bandar Lampung)*, Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018