BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian terhadap data yang diperoleh penulis dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Kedai Kebab & Burger D'jammin dengan jumlah responden yang ada dalam penelitian ini adalah 160 orang. Setelah melakukan penyebaran kuesioner melalui *google* formulir dapat diambil kesimpulan untuk menjawab rumusan-rumusan masalah yang ada maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil AMOS, jalur antara kualitas produk (X1) dan kepuasan konsumen (Z) memiliki nilai *Estimate* sebesar 0.590, *C.R.* sebesar 7.814, dan *p-value* (<0.001). Nilai ini menunjukkan pengaruh yang signifikan karena *C.R.* > 1.96 dan *p-value* < 0.05. Dengan demikian, hipotesis H1 diterima, artinya kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Lokasi Usaha Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Untuk hubungan antara lokasi usaha (X2) dan kepuasan konsumen (Z), diperoleh *Estimate* sebesar 0.614, *C.R.* sebesar 7.624, dan *p-value* (<0.001). Nilai ini juga menunjukkan signifikansi karena memenuhi kriteria *C.R.* > 1.96 dan *p-value* < 0.05. Dengan demikian, hipotesis H2 diterima, membuktikan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

konsumen.

3. Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan Estimate 0.295, C.R. sebesar 3.687, dan p-value <0.001. Karena C.R. > 1.96 dan p-value < 0.05, hipotesis H3 diterima. Ini berarti kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
4. Lokasi Usaha Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Untuk pengaruh langsung lokasi usaha (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y), diperoleh Estimate 0.296, C.R. sebesar 3.503, dan p-value <0.001. Nilai ini signifikan karena C.R. > 1.96 dan p-value < 0.05. Dengan demikian, hipotesis H4 diterima, menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
5. Kepuasan Konsumen Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hubungan antara kepuasan konsumen (Z) dan loyalitas konsumen (Y) memiliki Estimate sebesar 0.767, C.R. sebesar 9.975, dan p-value <0.001. Nilai ini menunjukkan hubungan yang sangat signifikan karena C.R. jauh di atas 1.96. Dengan demikian, hipotesis H5 diterima, artinya kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
6. Kualitas Produk Dimediasi Kepuasan Konsumen Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Berdasarkan hasil uji Sobel, jalur $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$ memiliki Sobel Test Statistic sebesar 6.032 dengan p-value 0.0

(signifikan). Ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen secara signifikan. Dengan demikian, hipotesis H6 diterima, membuktikan bahwa kepuasan konsumen menjadi mediator yang kuat dalam hubungan tersebut.

7. Lokasi Usaha Dimediasi Kepuasan Konsumen Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil uji Sobel untuk jalur $X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y$ menunjukkan Sobel Test Statistic sebesar 6.173 dengan p-value 0.0 (signifikan). Ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen secara signifikan memediasi hubungan antara lokasi usaha dan loyalitas konsumen. Dengan demikian, hipotesis H7 diterima.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan oleh penulis terkait masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Agar lokasi usaha dapat mendukung loyalitas konsumen, Kedai D'jammin perlu memperkuat branding lokasi, seperti menciptakan suasana yang nyaman dan menarik untuk semua kalangan. Program loyalitas berbasis lokasi, seperti diskon khusus untuk konsumen tetap atau promosi di jam sibuk, juga bisa diimplementasikan. Peningkatan aksesibilitas dan layanan berbasis teknologi, seperti pemesanan online atau pengiriman cepat, akan mendorong konsumen untuk tetap setia.
2. Kepuasan konsumen merupakan kunci untuk membangun loyalitas. Kedai D'jammin disarankan untuk terus memperbaiki layanan konsumen, seperti

menyapa konsumen dengan ramah, mempercepat waktu penyajian, dan menerima kritik serta saran dengan terbuka. Selain itu, memberikan pengalaman positif melalui program loyalitas, seperti kartu anggota dengan reward poin, akan mendorong konsumen untuk kembali.

3. Hasil ini menunjukkan pentingnya kepuasan konsumen sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas produk dan loyalitas. Oleh karena itu, Kedai D'jammin sebaiknya tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga memperhatikan bagaimana produk tersebut menciptakan kepuasan konsumen. Menyediakan feedback form atau sesi uji coba produk baru kepada konsumen setia akan memastikan bahwa kualitas produk memenuhi ekspektasi mereka, sehingga meningkatkan loyalitas.