

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu, hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel kualitas layanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $9,310 > 1,662$ nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,577. Hal ini berarti bahwa Resto Taman Bale Banyu harus selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pengunjung untuk meningkatkan loyalitas konsumennya.
2. Suasana resto berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu, hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel suasana resto diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4,278 > 1,662$ nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,187. Hal ini berarti bahwa Resto Taman Bale Banyu harus bisa mempertahankan bahkan meningkatkan suasana resto agar selalu bisa

memberikan suasana yang berkesan dan menarik pengunjung supaya loyalitas konsumen meningkat.

3. Harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu, hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel harga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $0,389 < 1,662$ nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikansi $0,698$ lebih besar dari $0,05$ ($0,698 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar $0,028$. Hal ini berarti bahwa harga yang ditetapkan perusahaan harus sesuai dengan kualitas produk makanan/minuman dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.
4. Kualitas layanan, suasana resto, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu, hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $88,218 > 3,10$ nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikansi $0,000$ karena signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$).
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh paling tinggi terhadap loyalitas konsumen, kemudian diikuti variabel suasana resto. Sedangkan variabel harga mempunyai pengaruh paling rendah dalam mempengaruhi loyalitas konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan melalui indikator kecepatan dalam melayani, kesedian memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang secara baik berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Untuk itu pihak manajemen Resto Taman Bale Banyu untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pengunjung agar pengunjung merasa semakin puas dan loyalitas konsumen semakin meningkat.
 - b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana resto berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Untuk itu pihak manajemen Resto Taman Bale Banyu agar selalu memberikan suasana yang mampu memberikan kesan terhadap para pengunjungnya.
 - c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Untuk itu pihak manajemen Resto Taman Bale Banyu agar dalam menetapkan harga harus sesuai dengan kualitas masakan dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Dalam penelitian ini penulis hanya fokus pada tiga variabel yaitu kualitas layanan, suasana resto dan harga. Pada perhitungan R^2 ketiga variabel ini mempunyai pengaruh sebesar 74,2% terhadap loyalitas konsumen, maka diharapkan untuk peneliti yang akan datang supaya menambah variabel bebas, yaitu menambah variabel kualitas produk agar lebih mendukung variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen.