

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Sesuai dengan uraian hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diajukan beberapa kesimpulan penting yaitu:

1. Keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang.
3. *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang.
4. Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah diselesaikan saat ini masih memiliki sejumlah keterbatasan yang disebabkan oleh adanya keterbatasan yang peneliti miliki diantaranya adalah:

1. Masih terdapatnya sejumlah variabel yang juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yang tidak digunakan dalam model penelitian ini seperti, lokasi, harga, kualitas pelayanan dan berbagai variabel lainnya.

2. Jumlah pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus yang relatif tidak terbatas, sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 100 orang.
3. Karakteristik sampel yang digunakan relatif berbeda-beda, terutama dalam usia dan pekerjaan atau status, sehingga mempengaruhi variasi jawaban yang diberikan responden.

### **5.3 Saran**

Sesuai dengan uraian keterbatasan penelitian maka diajukan beberapa saran yang tentunya dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan disarankan untuk terus mendorong meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara melakukan inovasi terhadap produk dan selalu memperhatikan kualitas produk serta suasana restoran yang selalu mendukung.
2. Bagi peneliti dimasa mendatang diharapkan mencari sejumlah variabel lainnya yang juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan selain yang telah digunakan dalam penelitian ini seperti keragaman produk, kualitas produk, *store atmosphere*, kepercayaan pelanggan dan berbagai variabel lainnya. Saran tersebut penting untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian yang diperoleh dimasa mendatang.
3. Bagi *Franchisee* (Orang yang membeli merek dagang Ayam Gepuk Pak Gembus) Pembeli merek dagang Ayam Gepuk Pak Gembus bersifat wajib untuk mengikuti segala peraturan dan ketentuan yang ditetapkan oleh

perusahaan. Ratusan cabang yang tersebar di wilayah-wilayah besar di Indonesia telah menyepakati terhadap ketentuan dan kontrak yang berlaku. Berdasarkan penelitian ini, maka dapat terlihat bahwa pembeli merek dagang ini juga berpengaruh terhadap produk. Pembeli merek dagang Ayam Gepuk Pak Gembus sebaiknya harus lebih patuh dengan semua ketentuan yang dikeluarkan pemerintah, seperti pada atribut “daya tahan rasa” konsumen menilai rasa dari produk belum merata, namun bumbu yang di jual oleh perusahaan kepada masing-masing outlet telah memiliki takaran yang sama. Selanjutnya pada atribut “daya tahan bentuk” dan “kesesuaian dengan tampilan produk”, perusahaan telah menetapkan untuk menggunakan kemasan kotak yang telah terstandarisasi dengan baik agar tampilan produk tetap aman dan indah, namun di beberapa outlet terdapat kemasan yang masih berbeda dengan yang diharuskan oleh perusahaan sehingga produk tidak lagi terlihat indah dan memiliki kondisi yang baik saat sampai ke tangan konsumen.

## DAFTAR PUSAKA

- Andriany Dewi, M. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks. . *Jurnal Seminar Nasional Multidisplin Ilmu* Vol. 3 No. 1 e- ISSN : 2614-1469
- Ariningtyas Erlis, I. A. (2020). Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wedangan Jimboeng. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*. Vol 7, No 1 ISSN : 1979-2700.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Bastian Jordan, S. W. (2022). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol. 2, No.1*.
- Barnes, James G. 2003. *Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*. Andreas Winardi (penerjemah). Yogyakarta: Andi.
- Benson. (2007). *Keragaman Produk*. Cetakan Keempat. Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Christina Whidya Utami (2012). *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Selemba Empat : Jakarta.
- Ebert, T. 2009. *Trust as the key to loyalty in business-to-consumer exchanges: Trust building measures in the banking industry. Trust as the Key to Loyalty in Business-to-Consumer Exchanges: Trust Building Measures in the Banking Industry*.
- Enggel, James F dan Roger D Blacwel, “Perilaku Konsumen Edisi Ke Enam”, Binar Rupa Aksara, Jakarta, 1995.
- Farida, Jasfar. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terbaru*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Gaffar, Vanessa. 2007. “*Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*”. Bandung: Alfabeta.

- Ghozali, I. (2016). *Dasar Dasar Statistik dalam Aplikasi SPSS 19.0*. Universitas Diponegoro.
- Griffin, Ricky W., and Moorhead, Gregory., 2014. *Organizational Behavior: Managing People and Organizations. Eleventh Edition*. USA: South Western.
- Griffin R. W. 2005. *Management Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Gilbert, W. and Cote, J. (2013) Defining Coaching Effectiveness: A Focus on Coaches' Knowledge. In: Potrac, P., Gilbert, W. and Denison, J., Eds., *Routledge Handbook of Sports Coaching*, Routledge, Abingdon, 147-159.
- Gunawan, T., Fathorrahman, & Handoko, Y. (2019). Efek mediasi kepuasan pelanggan atas pengaruh kualitas produk dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7(2), 189-204.
- Hair J.F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hariani, M., & Sinambela, E. A. (2020). The Effect of Price Perception, Service Quality, and Product Diversity on Superindo Customer Loyalty in Surabaya. *Journal of Science, Technology and Society (SICO)*, 1(1), 29–36.
- Hasan, a, 2008, *Marketing*. Edisi Baru. Yogyakarta: Med Press.
- Hanafi Ahmad, R. E. (2022). Citra Merek, Suasana Toko dan Dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal of Business, Management and Accounting*.
- Hikmat, N., & Saefudin, N. . (2023). Pengaruh Keberagaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Ucings Ramen Di Kabupaten Sumedang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1675–1686.
- Intan, D. R., Gurning, R. N. S., & Ginting, L. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Pertanian Agros*, 23(1), 84-89.
- Ifathna, Z. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kober Mie Setan Di Kota Malang)”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol 9, No 2*.
- Khoironi, T. A., Syah, H., & Dongoran, P. (2018). Product Quality , Brand Image and Pricing To Improve Satisfaction Impact on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 8(3), 51–58

- Krisjayanti, M., & Hermani, A. D. (2018). Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Icos Cafe). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 9.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke 15. Penerbit Pearson Education Limited 2016.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kelima Belas, Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong. 2015. *Marketing an Introducing*, Global Edition, 12th Edition, Pearson Education.
- Kotler, P, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler , P, & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Lie et al. (2019)Lie, D., A. Sudirman, Efendi, dan M. Butarbutar. 2019. Analysis of Mediation Effect of Customer Satisfaction On The Effect of Service Quality, Price and Consumer Trust on Consumer Loyalty. *International Journal of Scientific & Technology Resea rch* 8(8): 421 - 428.
- Lutfiani Nuri Anisa, M. F. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* Volume 2 Nomer 3.
- M. Ma'Ruf Amin. 2014. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta, Penerbit Aswajawa Pressindo.
- Maria Margaretha. 2016. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Membeli Konsumen pada City Home Centre di Pontianak, *Jurnal BISMA*, Vol. 1, No. 4, Hal. 863-873.
- Masruroh, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Keragaman Produk Dan Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bengkel Bandara Motor Brangkal Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1. Nomor 1*, 43-54.

- Minar, D., & Safitri, A. (2017). Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty (Survey in Cekeran Midun). *TRIKONOMIKA*, 16(1), 43–50. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v16i1.420>.
- Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium : Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 16–23.
- Purnama, N. I., Harahap, S. H., & Siregar, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Coffee. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 18–24.
- Rahman Ekto Arief, R. J. (2023). The Dampak Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan, Suasana Toko, Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret. . *The 2nd MDP Student Conference Vol.2 No 2*.
- Ramadhan, M. A. F. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153–169.
- Rendy Rachman, R. O. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Online (Survei Pengguna Produk UniPin). *Prologia* . (Vol. 5, No. 1, Maret 2021 EISSN 2598-0777).
- Rorimpandey .N Jenet, J. L. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Café Black Cup Coffee & Roastery. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol.5 No.2, Hal. 893 – 900.
- Salim, E., Andri, dan M. Neldi. 2019. Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Harga dan Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Bisnis Smartphone. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 13(2): 73-83.
- Setiawan, N. dan A. J. Sayuti. 2017. Effect of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management* 19(5): 31-40.
- Simamora, Bilson. 2016. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi Ketiga, Cetakan Kesembilan, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sutisna. (2005). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks
- Syarifah, M. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Nada Resto Kisaran Kabupaten Asahan. . *Jurnal Sains Ekonomi (JSE) p-issn : 2723-4045 e-issn : 2723-4037*.
- Supertini, N.P.S., N.L.W.S. Telagawathi, N.N. Yulianthini (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. Prospek: *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 2 No. 1, Juli 2020.
- Tjahjaningsih, Endang., D. Handayani, U. Ningsih, & A. P. Utomo. 2020. The Effect of Service Quality and Product Diversity on Customer Loyalty: The Role of Customer Satisfaction and Word of Mouth. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(12), 481-490.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Manajemen*, Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy 2000, *Strategi Pemasaran*, edisi 2, Yogyakarta
- Utami, (2006). *Manajemen Ritel* (Strategi dan Implementasi Ritel. Modern); Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Christina Widhya. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Modern*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., and Gremler, D. D. (2013). *Service Marketing, Sixth Edition*. America : Mc Graw Hill.

[www.majalahfranchise.com](http://www.majalahfranchise.com).