

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti baik secara deskriptif maupun statistic dengan program SEM-PLS 4, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin buruk citra merek *Mc Donald's* maka semakin rendah loyalitas pelanggan terhadap *Mc Donald's*.
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa harga bukan faktor utama yang membuat pelanggan loyal atau melakukan pembelian ulang di *Mc Donald's*.
3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan akan fasilitas dan keunggulan produk *Mc Donald's* bukan faktor utama yang membuat pelanggan loyal dan melakukan pembelian ulang.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

1. Pada penelitian ini nilai R-square sebesar 0,104 yang menunjukkan bahwa model hanya mampu menjelaskan variable tekanan keuangan sebesar 10,4 persen dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain, sehingga dapat dikatakan model lemah.
2. Penelitian ini hanya mengambil sebagian sampel pelanggan *Mc Donald's* yang berdomisili di Surabaya
3. Penelitian ini menggunakan media online (*google form*) yang disebarakan melalui, *whatsapp* dan *instagram* dalam proses pengambilan data, sehingga tidak dapat melihat secara langsung keadaan responden.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, saran yang dapat diberikan antara lain, yaitu:

1. Saran bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menambah bahasan mengenai variabel-variabel lain seperti niat beli, kepercayaan merek dan promosi yang mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan dan lebih variatif.

2. Saran bagi *Mc Donald's*

Diharapkan tetap menjaga dan meingkatkan citra merek, yang diketahui bahwa *Mc Donald's* sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman yang berdiri sejak tahun 1937 sampai sekarang (2023). Selain itu variasi harga juga harus dipertimbangkan karna agar terjangkau bagi masyarakat khususnya mahasiswa dan pelajar. Konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas yang sebanding dengan harganya atau dengan harga yang

terjangkau tetapi mendapatkan produk dengan kualitas yang baik. Sehingga harga dapat dijadikan bahan pertimbangan. Serta pelayanan juga harus ditingkatkan dengan sebaik mungkin karena banyak kompetitor atau pesaing yang ada saat ini. Sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan membandingkan dengan pelayanan dari kompetitor sehingga mereka bisa loyal dengan produk *Mc Donald's*.



## DAFTAR RUJUKAN

- Ambarwati, Evi, Tin Agustina K, and Yunus Handoko. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Love Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Indomaret." *Relasi: Jurnal Ekonomi* 16 (1): 29–53. <https://doi.org/10.31967/relasi.v16i1.340>.
- Andjarwati, Anik Lestari, and Eka Chusniartiningsih. 2018. "Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Pucuk Harum Wilayah Surabaya Utara)." *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi* 5 (2): 189. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i2.6736>.
- Dam, Sao Mai, and Tri Cuong Dam. 2021. "Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty." *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8 (3): 585–93. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>.
- Dian Ayunita N.N. Dewi, M.Si. 2018. "Uji Validitas Dan Reliabilitas." *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7 (1): 17–23.
- Falk, R. F., and N. B. Miller. 1992. *A Primer for Soft Modeling*. Ohio, OH: University of Akron Press.
- Farrokhi, Farahman, and Asgar Mahmoudi-Hamidabad. 2012. "Rethinking Convenience Sampling: Defining Quality Criteria." *Theory and Practice in Language Studies* 2 (4): 784–92. <https://doi.org/10.4304/tppls.2.4.784-792>.
- Fornell, Claes, and David F Larcker. 1981. "Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and.Pdf." *Journal of Marketing Research* XVIII (February): 39–50.
- Hair, Joe F., Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. 2011. "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet." *Journal of Marketing Theory and Practice* 19 (2): 139–52. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE. 2nd ed. Los Angeles.
- Hair, Joseph F., Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. 2019. "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM." *European Business Review* 31 (1): 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Jaya Saputra, Arfin, and Djumarno Djumarno. 2021. "Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction and Its Implications for Customer Loyalty

at Aston Pluit Hotel & Residence Jakarta.” *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting* 2 (1): 71–84.  
<https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i1.728>.

Kim, Jeeyoon, Yukyoum Kim, and Daehwan Kim. 2016. “Improving Well-Being through Hedonic, Eudaimonic, and Social Needs Fulfillment in Sport Media Consumption.” *Sport Management Review*.  
<https://doi.org/10.1016/j.smr.2016.10.001>.

Preston, Carolyn C., and Andrew M. Colman. 2000. “Optimal Number of Response Categories in Rating Scales: Reliability, Validity, Discriminating Power, and Respondent Preferences.” *Acta Psychologica* 104 (1): 1–15.  
[https://doi.org/10.1016/S0001-6918\(99\)00050-5](https://doi.org/10.1016/S0001-6918(99)00050-5).

Rifai, Agus. 2015. “Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Untuk Mengukur Ekspektasi Penggunaan Repositori Lembaga: Pilot Studi Di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.” *Al-Maktabah* 14 (1): 56–65.

Sugiyono. 2013. “Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.” *Bandung: Alfabeta*.

. 2017. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.” *Bandung: CV Alfabeta*.

Yulianto, A, and B Raharjo. 2021. “Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Honda Motor.” *Journal of Economics and Management* ... 3 (2): 63–71.  
<http://jurnal.umus.ac.id/index.php/jecma/article/view/1017%0Ahttp://jurnal.umus.ac.id/index.php/jecma/article/download/1017/607>.