

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Dari hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor ini saling terkait dan memiliki peran penting dalam membangun kesetiaan pelanggan. Harga yang wajar, sesuai dengan nilai yang diberikan, dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik, yang mencakup aspek-aspek seperti responsif, ramah, dan efisien, juga berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Ketika konsumen merasa puas dengan harga dan pelayanan, hal ini membentuk kepuasan pelanggan yang pada gilirannya menjadi pemicu untuk loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen tidak hanya didorong oleh kepuasan, tetapi juga oleh persepsi nilai yang diberikan oleh harga dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu menyajikan kombinasi harga yang bersaing dan pelayanan berkualitas tinggi memiliki potensi yang besar untuk membangun dan mempertahankan basis pelanggan yang setia.

1.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan sudah didasarkan pada prosedur, tetapi penelitian ini masih memiliki keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada aiola *Eatery Merr* Surabaya.

2. Responden yang digunakan pada penelitian ini hanya pelanggan berusia 21 – 43 tahun, sehingga mungkin menimbulkan perbedaan jawaban antara responden.

1.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang telah disampaikan, maka penelitian ini memberikan saran yang bermanfaat.

1. Saran untuk penelitian yang akan datang yaitu menguji Aiola eatery yang ada dicabang komplek dengan menggunakan variabel yang berbeda, serta menambahkan rentang usia dibawah 21 tahun, mengingat konsumen aiola bukan hanya generasi milenial.
2. Penelitian dapat memanfaatkan metode penelitian kualitatif, seperti wawancara mendalam atau *focus group discussions*, untuk mendapatkan jawaban yang sependapat antar konsumen aiola *eatery*.

DAFTAR RUJUKAN

- Adnyana, D. G. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6041. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p09>
- Advisor Yummy. (2023). Perkembangan Pesat Industri Restoran dan Rumah Makan, dan Tips Agar Bisnis Anda Mampu Bertahan. Yummy Advisor.
- Ahmed, S., Al Asheq, A., Ahmed, E., Chowdhury, U. Y., Sufi, T., & Mostofa, M. G. (2023). The intricate relationships of consumers' loyalty and their perceptions of service quality, price and satisfaction in restaurant service. *The TQM Journal*, 35(2), 519–539. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2021-0158>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Perwira Redi, A. A. N. (2021). The effect of service quality on customer satisfaction in an automotive after-sales service. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 116. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020116>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Chaniago, H. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at <https://ijabo.a3i.or.id> Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loyalty Nano

store di Indonesia merupakan salah satu bisnis yang memiliki peranan penting dalam peningkatan lapangan kerja dan ekonomi Indonesia . Selain itu , nano store merupakan unit-unit bisnis yang jumlahnya ribuan di Indonesia . Bisnis dalam lapangan. February.

Dotulong, R., Mandey, S. L., Dotulong, L. O. H., Kualitas, P., Harga, P., Kualitas, D. A. N., Terhadap, L., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). Loyalitas Pelanggan Online Shop Di Manado Effect Of Product Quality Price And Service Quality On Customer Loyalty Online Shop In Manado *Jurnal EMBA Vol . 11 No . 4 . Oktober 2023 , Hal . 538-548. 11(4), 538–548.*

Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 3(2), 273–282.* <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGGIO>

Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)* (S. Rahayu (ed.); 1st ed.). Hidayatul Quran Kuningan.

Lusiah, Djatmik, N., & Adhitya, A. (2019). *Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.pdf* (pp. 213–226).

Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Iqtishadequity Jurnal MANAJEMEN, 1(2), 57–68.* <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>

Putra, K. A. G. K., & Seminari, N. K. (2020). Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kewajaran Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan the Old Champ Cafe. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 9(10), 3423.* <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i10.p01>

Rahmawati, I., Andhika, A., Hasanah, A. U., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Elastisitas: Kajian Pendidikan Ekonomi, Ilmu Ekonomi, Dan Kewirausahaan, 2(2), 117–124.*

Yanti, N. W. E., & Puja, I. M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Percetakan UD. Wipra Print Karangasem. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 1(3), 943–953.*

Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in china? Perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *Foods, 9(4).* <https://doi.org/10.3390/foods9040460>