

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diungkapkan sebelumnya maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Pengalaman Merek memberi pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya, perubahan sedikit saja pada Pengalaman Merek akan menyebabkan perubahan relatif banyak pada perubahan Kepuasan Konsumen.
2. Kualitas pelayanan memberi pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Artinya, perubahan sedikit saja pada Kualitas pelayanan akan menyebabkan perubahan relatif banyak pada perubahan Loyalitas Konsumen.
3. Hasil analisa data memperlihatkan bahwa Kualitas pelayanan memberi pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya, perubahan sedikit saja pada Kualitas pelayanan akan menyebabkan perubahan relatif banyak pada perubahan Kepuasan Konsumen.
4. Kualitas pelayanan memberi pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Artinya, perubahan sedikit saja pada Kualitas pelayanan akan menyebabkan perubahan relatif banyak pada perubahan Loyalitas Konsumen.

5. Kepuasan Konsumen memberi pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Artinya, perubahan sedikit saja pada Kepuasan Konsumen akan menyebabkan perubahan relatif banyak pada perubahan Loyalitas Konsumen.
6. Kepuasan Konsumen memiliki peran mediasi pada pengaruh Pengalaman Merek terhadap Loyalitas Konsumen. Artinya, pengaruh Pengalaman Merek akan bertambah besar terhadap Loyalitas Konsumen bilamana telah tercapai Kepuasan Konsumen.
7. Kepuasan Konsumen tidak memiliki peran mediasi pada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen. Artinya, pengaruh Kualitas pelayanan tidak meningkatkan Loyalitas Konsumen walaupun telah tercapai Kepuasan Konsumen.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan yang ditemui saat penelitian ini dilaksanakan, antara lain:

1. Peneliti kesulitan mendapatkan konsumen di gerai J.Co yang bersedia berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.
2. Banyak konsumen yang membatalkan partisipasinya karena diwajibkan mengisi alamat maupun nomor telepon.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka saran-saran yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain :

1. Kepada perusahaan

Hasil perhitungan pada variabel penelitian menunjukkan bahwa terdapat nilai paling rendah pada setiap variabel. Berdasarkan hal tersebut maka disarankan kepada perusahaan sebagai berikut :

- a. Pada variabel Pengalaman Merek, perusahaan hendaknya memperhatikan untuk meningkatkan cita rasa pada produk J.Co agar dapat menumbuhkan keinginan konsumen dalam menambah porsi makanannya.
- b. Pada variabel Kualitas pelayanan, perusahaan hendaknya dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, misalnya memilih lokasi baru yang mewakili kualitas produk J.Co.
- c. Pada variabel Kepuasan Konsumen, perusahaan hendaknya mengupayakan agar kepuasan konsumen lebih tinggi. Misalnya perusahaan menyiapkan tempat yang memberi kesenangan tersendiri ketika konsumen menyantap donat J.Co.
- d. Pada variabel Loyalitas Konsumen, perusahaan hendaknya mengupayakan agar konsumen lebih loyal kepada donat J.Co. Misalnya, perusahaan dapat mengupayakan agar harga produk donat J.Co lebih mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis.

2. Kepada peneliti lain yang hendak mengadakan penelitian menyerupai penelitian ini agar mengadakan penelitian di sejumlah kota sehingga hasil penelitian memperlihatkan temuan yang dapat diinterpretasikan lebih luas.

## DAFTAR RUJUKAN

- Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran. 2017. *Penelitian Bisnis Pendekatan. Kuantitatif*. Edisi ke-1. Cetakan ke-1. Depok: Kencana.
- Devia, Aisjah & Puspaningrum, 2018. The Influence Of Brand Experience And Service Quality To Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction In Starbucks Coffee Malang. *Management and Economics Journal*. Volume 2. Issue 2. pp. 1-12
- Ferdinand Augusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2006, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hengky Latan dan Imam Ghozali. 2012. *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hussein, Ananda Sabil. 2018. Effects Of Brand Experience On Brand Loyalty In Indonesian Casual Dining Restaurant: Roles Of Customer Satisfaction And Brand Of Origin. *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 24, No. 1. pp. 1-14
- Jafari, Seyed Mohammad bagher; and Forouzandeh, Mehrdad. 2016. The Impact of Online Brand Experience on Customer's Satisfaction and Loyalty. *International Business Management*. Vol. 10 (5): pp. 599-603.
- Moreira, António Carrizo; da Silva, Pedro M. Freitas; and Moutinho, Victor M. Ferreira. 2017. The Effects of Brand Experiences on Quality, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study in the Telecommunications Multiple-play Service Market. *Innovar*, Volume 27 No. 64, pp. 23-38.
- Muchson 2017. *Buku Ajar Metode Riset Akuntansi*. Edisi ke-1. Cetakan ke-1. Guepedia.
- Patrisius Istiarto Djiwandono. 2015. *Meneliti itu Tidak Sulit: Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Bahasa*. Edisi 1. Cetakan ke-1. Yogyakarta: Deppublish
- Şahin, Azize; Kitapçı, Hakan; Erkut, Altındağ; and Gök, Mehmet S. 2017. Investigating the impacts of brand experience and service quality. *International Journal of Market Research*. Vol. 59 Issue 6. pp. 707-724
- Sitorus, Tigor and Yustisia, Milawati. 2018. The Influence Of Service Quality And Customer Trust Toward Customer Loyalty: The Role Of Customer Satisfaction. *International Journal for Quality Research*. Vol. 12 No. 3. pp. 639-654

Solimun, Adji Achmad Rinaldo Fernandez, dan Nurjannah. 2017. *Metode Statistika Multivariat: Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Cetakan Kedua. Malang. UB Press.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan Dan Penelitian Evaluasi*. Cetakan ke-5. Bandung : Alfabeta

<http://wartakota.tribunnews.com/2019/03/20/pelaku-usaha-waralaba-lokal-banyak-gulung-tikar-butuh-dukungan-dari-pemerintah>

<http://www.kemendag.go.id/id/news/2016/09/06/ri-punya-698-waralaba-omzetnya-rp-172-t?q=franchise#>

<http://www.neraca.co.id/article/25599/mengenal-sejarah-waralaba-di-indonesia>

<https://bisniswaralaba.id/franchise-j-co-donut-coffee/????>

<https://cintaihidup.com/15-brand-indonesia-yang-mendunia/>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180829/12/832661/genjot-waralaba-4-permendag-disederhanakan>

<https://ekonomi.kompas.com/read/2019/02/24/061417726/asosiasi-franchise-lokal-meredup-setelah-waralaba-asing-masuk-ri>

<https://peluangusaha.kontan.co.id/news/14-waralaba-lokal-siap-bersaing-di-pasar-internasional-1>

<https://peluangusaha.kontan.co.id/news/2018-pertumbuhan-industri-waralaba-10-20?page=1?«???>

<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/18/07/20/pc6c7c349-waralaba-masih-jadi-cara-efektif-tingkatkan-rasio-pengusaha>