

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dibahas mengenai Pengaruh *Rebranding*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil data Uji Parsial (*T*), menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} *Rebranding* sebesar $0.198 < 1.66 t_{tabel}$ dan nilai signifikansi > 0.05 , sehingga H_01 diterima dan H_a1 ditolak. Yang artinya *Rebranding* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Selanjutnya t_{hitung} Kualitas Pelayanan sebesar $-0.559 < 1.66 t_{tabel}$ dan nilai signifikansi > 0.05 , sehingga H_02 diterima dan H_a2 ditolak. Yang artinya Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Sedangkan t_{hitung} Kualitas Produk sebesar $9.6 > 1.66 t_{tabel}$ dan nilai signifikansi > 0.05 , sehingga H_03 ditolak dan H_a3 diterima. Yang artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Variabel yang dominan mempengaruhi Loyalitas Konsumen dalam penelitian ini adalah variabel Kualitas Produk. Hal ini berdasarkan uji secara parsial yang telah dilakukan yang menunjukkan nilai t_{hitung} Kualitas Produk lebih besar dari nilai t_{hitung} *Rebranding* dan Kualitas Pelayanan sebesar 0.198 dan -0.559 .
2. Hasil data menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} *Rebranding*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk sebesar $86.076 > 2.70$ dan nilai signifikansi < 0.05 , sehingga H_04 ditolak dan H_a4 diterima. Yang artinya *Rebranding*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen.

3. Hasil data uji regresi linear berganda diperoleh hasil $Y = 0.651 + 0.015 X_1 - 0.050 X_2 + 0.881 X_3$. Maksudnya adalah nilai koefisien regresi variabel *Rebranding* (X_1) adalah 0.015 bernilai positif sehingga apabila *Rebranding* mengalami kenaikan 1 nilai, maka Loyalitas Konsumen akan meningkat sebesar 0.015. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah -0.050 bernilai negatif sehingga apabila Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1 nilai, maka Loyalitas Konsumen akan menurun sebesar -0.050. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_3) adalah 0.881 bernilai positif sehingga apabila Kualitas Produk mengalami kenaikan 1 nilai, maka Loyalitas Konsumen akan meningkat 0.88.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Rebranding*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya, maka peneliti ingin merekomendasikan beberapa saran yang dapat menjadi acuan dalam meningkatkan Loyalitas Konsumen dengan baik yaitu:

1. Perusahaan harus lebih mengutamakan dalam strategi untuk menjaga kualitas produknya agar membuat loyalitas konsumen tetap terjaga, serta apabila perusahaan meningkatkan kualitas produk maka membuat loyalitas konsumen juga meningkat. Langkah konkret yang dapat dilakukan perusahaan dalam menjalankan strategi unjuk menjaga kualitas produknya adalah dengan memilih sumber bahan baku daging dengan kualitas terbaik, misalnya apabila bahan baku daging berasal dari import maka perusahaan harus memilih import bahan baku daging dari negara yang memiliki reputasi dalam bidang import daging yang baik. Namun jika bahan baku daging bukan berasal dari import melainkan dari lokal, maka perusahaan harus

memilih sapi lokal yang berkualitas dari para peternak agar menghasilkan produk dengan kualitas yang baik juga. Kemudian langkah konkret lain yang dapat dilakukan perusahaan sebagai strategi unjuk menjaga kualitas produknya yang dapat dilakukan perusahaan adalah membuat kemasan produk yang dapat menjamin terjaganya kualitas produk Djawara, misalnya kemasan produk yang tidak membuat produk Djawara yang tidak mudah rusak agar pada saat produk diterima konsumen, mereka tidak kecewa. Kemudian perusahaan juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang dimilikinya agar membuat konsumen loyal terhadap produk serta perusahaan. Langkah konkret yang dapat dilakukan perusahaan untuk membuat konsumen loyal melalui kualitas pelayanan misalnya perusahaan melalui karyawannya menunjukkan sikap kesungguhan dalam melayani konsumen pada saat mereka membeli produk Djawara dengan responsif dengan memberikan informasi dengan jelas kepada konsumen yang membeli produk pada saat di *Meat Shop* Cakung.

2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar jangkauan pengambilan sampel dapat diperluas dan dengan menambahkan variabel yang tidak ada pada penelitian ini. Dengan menggunakan variabel lain, maka akan menambah pembahasan mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan loyalitas konsumen, seperti promosi, harga, citra merek serta variabel lain yang tidak dalam penelitian ini. Selain itu kepada peneliti yang akan datang agar menggunakan pendekatan penelitian lain agar diperoleh informasi yang beragam mengenai loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Chalil, R. D., Sari, J. D. P. S., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand Islamic Branding, & Rebranding.*
- Chin, W. W. (1998). *The partial least squares approach to structural equation modeling. Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran (1st ed.).* PT INDEKS.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (PEARSON HO).* Pearson Education Limited.
- Priansa, D. J. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSAINGAN KONTEMPORER.* In Alfabeta.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data.* In START UP (p. 125).
- Rusydi, M. (2017). *Customer Excellence.* Gosyen Publishing.
- Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, E. (2019). Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis. In *Gosyen Publishing* (p. 103).
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS.* In *BMC Public Health.* PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sudaryono. (2017). Metodologi Penelitian. In *Rajawali Pers* (p. 165).
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.

Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*.

Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. *Yogyakarta: Penerbit ANDI*.

Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran (Dilengkapi dengan Hasil Riset pada Perusahaan Konstruksi dan Real Estate di Provinsi DKI Jakarta)*.

2. Jurnal

Andriani, F., & Anandita, C. (2019). Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 93–104.
<https://doi.org/10.32509/pustakom.v2i1.876>

Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi SI Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.

Ariano, M. (2017). Pengaruh Rebranding Dan Repositioning Terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia. *Calyptre: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 6(2), 1453.

Artiza, D. D., & Juwita, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada PDAM Tirta Ratu Samban. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(2), 146–155.

Bala, T., Jahan, I., Amin, M. Al, Tanin, M. H., Islam, M. F., Rahman, M. M., & Khatun, T. (2021). Service Quality and Customer Satisfaction of Mobile Banking during COVID-19 Lockdown; Evidence from Rural Area of Bangladesh. *Open Journal of Business and Management*, 09(05), 2329–2357.

- Bambang, A., & Heriyanto, M. (2017). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1–11.
- Cardila, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6762–6781.
- Ghani, N., Maradita, F., & Rizqi, R. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa PT. Nuansa Ceria Pesona Nuansa Ceria Pesona Touer & Travel Di Sumbawa Besar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 90–95.
<https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.528>
- Haris, D., & Welsa, H. (2019). KUALITAS DAN DESAIN PRODUK DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 2(2), 21–41. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v1i1.277>
- Ilviendri, R., & Sari, D. K. (2021). Pengaruh Rebranding Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pemirsa Tvri Kota Padang). *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(1), 77–89.
<https://doi.org/10.31869/me.v7i1.2537>
- Isyanto, P., & Wijayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19. *Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 2101–2111.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.818>
- Khoiroh, N. Z., & Purwanti, L. (2022). Peran Rebrandring dan Product Quality

- Terhadap Brand Image Produk Fair and Lovely Menjadi Glow and Lovely. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 1(4), 189–191.
- Kusumarini, I. (2021). Kualitas Pelayanan Staf Front Office Hotel Di Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 10(2), 103–114. <https://doi.org/10.52352/jbh.v10i2.470>
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Pangestu, G. j, Sunarya, E., & Z, F. M. (2022). Peran Strategi Rebranding Dan Brand Image Terhadap Keunggulan Bersaing pada CV. Roughrebel Abadi Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 287–295. <http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- Purnomo, A., Zunaida, D., & Chanafi, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pelanggan Eiger Adventure Store Jl.Soekarno Hatta Kota Malang). *Jiagabi*, 14(2), 98–103.
- Putri, L. Y., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (*Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa*). 10(9), 70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Sampelan, A. G., Oroh, S. G., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kebijakan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kawan Baru Mantos Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan AkuntansiJurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 170–179. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.3.3.2015.9339>

- Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 18(2), 102–112. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.
- Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 244–259. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1792>
- Tevi, A. (2013). The Effect of Multiple Rebranding on Customer Loyalty in Nigerian Mobile Telephony. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2), 120–130. <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n2p120>
- Thomas, J. F. (2016). Analisa Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Association Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Terhadap Customer Loyalty Pada Pt Telkom Indihome Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2).
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Serat Acitya-Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(3), 25-38.
- Wiranata, A., & Yuldinawati, L. (2014). Pengaruh Rebranding Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Fourspeed Nomad Di Kota Bandung 2014). *EProceedings* ...X. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3198%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/3198/3031>

Yildiz, E., & Koçan, M. (2018). Effect Of Product Innovation And Product Quality On Brand Loyalty: An Empirical Study O Smart Mobile Phones. *Global Journal Of Economics And Business Studies*, 7(14), 68–79.

Yuliantari, K., & Ulfa, S. N. (2016). Disiplin Kerja Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada PT. Megah Bangun Baja Semesta Jakarta. *Jurnal Administrasi Kantor Bina Insani*, 4(2), 354–373. <http://ejurnal-binainsani.ac.id/index.php/JAKBI/article/view/185>

Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.

Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.

3. Website

<https://www.dharmajaya.co.id/>

4. Skripsi

Andrian. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Layanan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Warung Kopi Mini Coffee Di Banda Aceh). In SKRIPSI UNIVERSITAS ISLAM AR-RANIRY BANDA ACEH. UNIVERSITAS ISLAM AR-RANIRY BANDA ACEH.

Ardiansyah, D. (2017). Pengaruh Rebranding Terhadap Upaya Meningkatkan Brand Equity Perusahaan PT Alif Cicilan Syariah Cabang Palembang. UIN Raden Fatah Palembang.

Christiantanto, D. (2016). Pengaruh Rebranding Terhadap Minat Beli Konsumen Salatiga: studi kasus pada Abby's Coffee House (Doctoral

dissertation, Program Studi Manajemen FEB-UKSW).

DAMSIR, M. L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Indihome di Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Hanim, N. L. (2021). Pengaruh pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah dan zakat terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah dengan dana pihak ketiga sebagai variabel moderasi: Studi di Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016-2019 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Hayati, N. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (RISET HALAL MART BC. HNI-HPAI PEKANBARU).

Isyana, R. rizky. (2015). STRATEGI PEMASARAN MELALUI REBRANDING (Studi Kasus Rebranding Piring Putih Menjadi Redberries Food and Folks Dalam Meningkatkan Penjualan).

Jiwa, E. G. D. (2018). Proses Rebranding Coffee Road Menjadi Koling. Skripsi Universitas Atma Jaya.

Kartika, K. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek Online: Studi pada Pelanggan GO-JEK di Perguruan Tinggi Negeri Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Nadra, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang. Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang.

Purnama, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pt. Pos Indonesia (Persero) Parepare (Analisis Ekonomi Syariah) (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

AYU DESY RATNA DEWI, P. U. T. U. (2020). PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI KEUANGAN DESA DAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP AKUNTABILITAS DANA DESA (Studi Empiris Pada Desa Di Kabupaten Buleleng) (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).

Simanullang, S. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Jasa Transportasi Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam 2014-2016 UIN-SU) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

Triyatama, M. G. D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN GRAB CAR DI KOTA MATARAM.

Wijaya, S. (2022). Pengaruh Komunikasi Persuasif Gerakan Anti Kejahatan Siber# WIIWY di TikTok terhadap Kesadaran Kesehatan Mental Mahasiswa Universitas Tarumanegara/Sherly Wijaya/61180548/Pembimbing: Imam Nuraryo.