

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Mie Gacoan Jakarta Barat Hal tersebut membuktikan bahwa H3 diterima. Hasil perhitungan R Square Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) sebesar 0.631 atau 63.1%. Sedangkan sisanya sebesar 36.9% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak ikut dihitung dalam penelitian ini.

Dalam bisnis kuliner seperti Mie Gacoan Jakarta Barat meskipun produk yang ditawarkan berkualitas, hal tersebut saja tidak cukup untuk meningkatkan loyalitas konsumen secara signifikan. Konsumen mungkin menyukai produk, tetapi mereka tidak serta-merta menjadi loyal hanya karena produk tersebut. Sebaliknya konsumen cenderung loyal apabila mereka merasa mendapatkan layanan yang baik dari karyawan, seperti keramahan, kecepatan layanan, dan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan. Konsumen lebih mungkin kembali dan merekomendasikan Mie Gacoan Jakarta Barat apabila mereka mendapatkan pengalaman pelayanan yang memuaskan. Peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan:

1. Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Mie Gacoan Jakarta Barat dengan nilai signifikansi dari variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) adalah $0.778 > 0.05$ dan nilai $t_{hitung} 0.283 < t_{tabel} 1.985$, maka H_{10} diterima dan H_{1a} ditolak. Hasil perhitungan R Square Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) sebesar 0.461 atau 46.1%.
2. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Mie Gacoan Jakarta Barat dengan nilai signifikansi dari variabel

Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) adalah $0.000 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} 6.676 > t_{tabel} 1.985$, maka H_{20} ditolak dan H_{2a} diterima. Hasil perhitungan R Square Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) sebesar 0.630 atau 63%.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut.

1. Mie Gacoan Jakarta Barat perlu meningkatkan standar kebersihan dan kerapian fasilitasnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah frekuensi pembersihan, terutama di area-area yang sering digunakan oleh konsumen, seperti meja makan dan toilet. Selain itu, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan estetika dan kenyamanan tata ruang agar memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen.
2. Mie Gacoan Jakarta Barat perlu memberikan pelatihan kepada karyawan terkait ketelitian dalam mencatat dan memproses pesanan konsumen. Selain itu, penggunaan teknologi, seperti sistem pemesanan digital, dapat membantu mengurangi potensi kesalahan. Evaluasi berkala terhadap akurasi pelayanan juga dapat menjadi solusi untuk memastikan konsistensi layanan.
3. Mie Gacoan Jakarta Barat perlu memastikan adanya standar operasional prosedur (SOP) yang jelas dan diterapkan secara konsisten oleh seluruh karyawan. Pelatihan rutin untuk staf dan pengawasan langsung dari manajemen diperlukan untuk menjaga konsistensi pelayanan. Selain itu, survei kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk memantau dan meningkatkan kualitas layanan.
4. Mie Gacoan Jakarta Barat perlu mengimplementasikan sistem pemantauan pesanan yang lebih baik untuk memastikan setiap pesanan diproses dengan akurat. Jika terjadi kesalahan, karyawan harus diberikan panduan untuk segera memberikan

solusi yang memuaskan bagi konsumen. Penguatan komunikasi internal antara staf dapur dan staf pelayanan juga perlu dilakukan untuk meminimalkan kesalahan.

5. Mie Gacoan Jakarta Barat perlu meningkatkan manajemen waktu dan efisiensi pelayanan melalui pelatihan khusus bagi karyawan. Penambahan staf pada jam-jam sibuk juga perlu dipertimbangkan untuk memastikan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi tanpa mengurangi kualitas layanan. Selain itu, penggunaan sistem antrian yang lebih terorganisir dapat membantu mempercepat proses pelayanan.
6. Mie Gacoan Jakarta Barat perlu memberikan pelatihan kepada karyawan terkait kemampuan interpersonal agar mereka lebih proaktif dalam membantu konsumen. Selain itu, penggunaan alat bantu, seperti tombol panggil pada meja atau papan informasi, dapat mempermudah konsumen untuk mendapatkan bantuan dengan cepat ketika diperlukan.



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budi, P. W. D. S., & Yasa, N. N. K. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang*. Media Pustaka Indo.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.
- Ferrel, S. D. L. S. W. M. P. O. C. (2019). *Marketing Concepts And Strategies* (8th Editio). Annabel Ainscow.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Cetakan IX). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan. Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. Penerbit Insania.
- Hermanto. (2019). *Faktor pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Ibrahim, T., & Rusdiana, A. (2021). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Yrama Widya.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles of marketing* (10th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of marketing* (12th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Lestari, N. F. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (I. Muis (Ed.)). Deepublish.
- Lupiyoadi, R. dan A. hamdan. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Kedu). Salemba Empat.
- Nuryadi, N., Astuti, D., Utami, S., & M Budiantara, M. B. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Sidoarjo : Zifatama
- Said, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Perusahaan Ritel Modern* (Gunawan (Ed.)). Intelektual Karya Nusantara.
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Issue 62). CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono, S. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya* (S. B. Sartika (Ed.)). Umsida Press.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, quality, and satisfaction: A managerial approach*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran esensi & aplikasi*. Yogyakarta : Andi.
- Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup* (N. Duniawati (Ed.)). CV. Adanu Abimata.

Jurnal

- Astuti, A. F. (2019). *Semantic Analysis of Metaphor Found in Poems of Emily Dickinson* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram). 68.
- Firanda, C., Rahma, J. A., Sinulingga, A. B., & Evanbert, R. (2024). Analisis Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Tingkat Minat Pelanggan Mie Gacoan di Medan. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(8), 3047–7824.

- Gulam B, M. I., Suryadi, N., & Prima Waluyowati, N. (2023). The effect of service quality and perceived value on customer loyalty in Tuban restaurants with customer satisfaction mediation. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(5), 62–73.
- Karjuni, A., & Susliawati, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 2(2), 163.
- Kurniawan, J. (2023). Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Retail. *Jurnal Manajemen*.
- Kusumawardani, B. H., & Achsa, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Magelang. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 3(1), 148-161.
- Lepojevic, V. & Dukic, S. (2018). Factors Affecting Customer Loyalty In The Business Market – An Emperical Study In The Republic Of Serbial. *Economics And Organization*.
- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan D’besto cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(1), 11-21.
- Mekel, V. R., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan transportasi gojek manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1285-1294.
- Nugroho, & Irmawati. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mie Gacoan Dengan Minat Pembelian Ulang Sebagai Variabel mediasi. *Eprints.Ums*, 1–13.
- Permana, A. J., & Astuti, S. R. T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (*Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Banyumanik Kota Semarang*) (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 281-287.
- Putri, D. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 5268-5284.
- Rauf, A. (2022). Loyalitas Pelanggan: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 32.
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *Philanthropy: Journal of Psychology*, 5(1), 109-130.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708.
- Supardin, L., Dharasta, Y. S. M. A., & Awan, A. (2022). The effect of product quality and service quality on purchase decision at Mie Gacoan. *PENANOMICS: International Journal of Economics*, 1(2), 147-156.

Website

- Daftar Harga dan Menu Mie Gacoan Terbaru 2023, Ada yang Ganti Nama?.* (2023). BukaReview. https://review.bukalapak.com/travel/harga-menu-mie-gacoan-122203#google_vignette (diakses pada 20 November 2024)
- Kuliner Mie Gacoan Solo Baru Yang Selalu Hits.* (2020). Dapur Barokah. <https://dapurbarokah.id/kuliner-mie-gacoan-solo-baru-yang-selalu-hits/> (diakses pada 21 November 2024)
- Mie Gacoan Tentang, Visi Misi, Menu, dan Tips Mencari Lokasi Terdekat.* (2023). RAJARAK. <https://www.rajarak.co.id/2023/10/mie-gacoan-tentang-visi-misi-menu-dan-tips-mencari-lokasi-terdekat.html> (diakses pada 15 Oktober 2024)
- Minat Pencarian Mie Gacoan Jakarta Daan Mogot.* (2024). Trends Google. <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=Mie Gacoan Jakarta Barat&hl=id> (diakses pada 01 November 2024)

Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 – 2024. (2024). DataIndustri Research. <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/> (diakses pada 24 Oktober 2024)

Rating Mie Gacoan Jakarta Barat Daan Mogot. (2024). Pergikuliner. <https://pergikuliner.com/restaurants/jakarta/mie-gacoan-daan-mogot> (diakses pada 31 Oktober 2024)



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**