

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada hasil matrix korelasi Angka Bartlett's Test of Sphericity didapatkan nilai $\text{approx. chi square } 4190.2326$, hal ini menunjukkan bahwa adanya korelasi antar variabel dalam populasi.
2. Untuk mendukung korelasi maka digunakan juga Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Dari hasil test didapatkan nilai KMO sebesar 0.825, nilai df (*degree of freedom*) sebesar 230 dengan nilai signifikansi 0.001. Hasil test tersebut dapat disimpulkan bahwa pada sampel penelitian ini model analisis faktor mempunyai kecukupan sampel (*Sampel Adequacy*) sehingga sampel dalam penelitian ini dinyatakan layak.
3. Untuk menentukan faktor ini dari 41 faktor maka berdasar nilai eigen diperoleh sebanyak 7 faktor inti yaitu faktor faktor yang dapat diterima secara empirik, sebagai berikut :
 - a. Promosi mempunyai nilai eigenvalue sebesar 25.244 dengan cumulative variabel 25.244%. Hal ini menunjukkan bahwa promosi mempengaruhi Keputusan Konsumen makan Mie di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Faktor ini terdiri dari variabel :
 - 1) Banyaknya varian rasa mie dari tingkat level dengan nilai loading 0,902
 - 2) Tampilan sajian mie dengan nilai loading 0,892

- 3) Harga yang ditawarkan sesuai dengan produk Mie Gacoan dengan nilai loading 0,913
 - 4) Lokasi Mie Gacoan sangat strategis mudah di jangkau dengan nilai loading 0,902
 - 5) furnitur di Mie Gacoan Bisa di gunakan konsumen untuk spot foto untuk selfie dengan nilai loading 0,910
 - 6) tempat parkir yang aman dan rapi dengan nilai loading 0,902
 - 7) tempat toilet yang bersih dan nyaman dengan nilai loading 0,910
 - 8) menunggu pesanan mie datang dengan cepat dengan nilai loading 0,902
 - 9) konsumen yang membayar pesanannya di kasir dilayani dengan proses cepat dengan nilai loading 0,910
 - 10) konsumen tau adanya Mie Gacoan dari mulut ke mulut dengan nilai loading 0,902
 - 11) pendapatan sehari-hari konsumen dengan nilai loading 0,902
- b. Loyalitas mempunyai nilai eigenvalue sebesar 18.611 dengan cumulative variabel 43.855%. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas dapat mempengaruhi Keputusan Konsumen makan Mie di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Faktor ini terdiri dari variabel :
- 1) Konsumen tahu adanya promosi Mie Gacoan di media sosial dengan nilai loading 0,960
 - 2) adanya grab dan gojek delivery konsumen tau adanya promosi-promosi yang ditawarkan Mie Gacoan dengan dengan nilai loading 0,964
 - 3) halaman web yang menarik dengan nilai loading 0,764

- 4) motivasi dari diri sendiri dengan nilai loading 0,964
- 5) persepsi dalam memilih produk dengan nilai loading 0,960
- 6) keluarga inti dengan nilai loading 0,964
- 7) keluarga dekat dengan nilai loading 0,960
- 8) cara menjelaskan produk yang mudah dipahami konsumen dengan nilai loading 0,964

c. Kepuasan mempunyai nilai eigenvalue sebesar 14.699 dengan cumulative variabel 58.558%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan dapat mempengaruhi Keputusan Konsumen makan Mie di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Faktor ini terdiri dari variabel ;

- 1) Mie oan dengan nilai loading 0.960
- 2) gaya hidup dalam diri sendiri (gengsi) dengan nilai loading 0,960
- 3) teman kerja dengan nilai loading 0,946
- 4) pelayanan yang ramah dengan nilai loading 0,960
- 5) seragam yang di pakai karyawan yang berbeda dari yang lain dengan nilai loading 0,906
- 6) ciri khas dari karyawan mie gacoan ganteng-ganteng dan cantik-cantik dengan nilai loading 0,960

d. Pelayanan mempunyai nilai eigenvalue sebesar 14.699 dengan cumulative variabel 58.558%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dapat mempengaruhi Keputusan Konsumen makan Mie di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Faktor ini terdiri dari variabel ;

- 1) Rasa dari miennya yang enak dan berkualitas dengan nilai loading 0,687 yang berarti menunjukkan pengaruh signifikan dalam

mempengaruhi Keputusan Konsumen makan Mie di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto

- 2) umur konsumen dengan nilai loading 0,687
 - 3) teman non kerja dengan nilai loading 0,687
 - 4) karyawan Mie Gacoan menganggap konsumennya bahwa pelanggan dengan nilai loading 0,987
 - 5) karyawan Mie Gacoan yang berbicara dengan konsumennya dengan baik dan sopan dengan nilai loading 0,987
- e. Kenyamanan mempunyai nilai eigenvalue sebesar 9.514 dengan cumulative variabel 80.094%. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan dapat mempengaruhi Keputusan Konsumen makan Mie di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Faktor ini memiliki variabel sebagai berikut :
- 1) Tempat Mie Gacoan yang dekat dengan pasar dengan nilai loading 0,718
 - 2) Tempat Mie Gacoan yang bersih membuat konsumen senang makan mie di tempat mie gacoan yang luas dengan nilai loading 0,716
 - 3) Tempat parkirnya di Mie Gacoan luas dan nyaman dengan nilai loading 0,718
 - 4) Pesan makanan dengan cepat dan mudah dengan nilai loading 0,637
- f. Harga mempunyai nilai eigenvalue sebesar 3.579 dengan cumulative variabel 83.673%. Hal ini menunjukkan bahwa harga dapat mempengaruhi Keputusan Konsumen makan Mie di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Faktor ini memiliki variabel sebagai berikut :
- 1) Harga mie di Mie Gacoan lebih murah dari yang lainnya dengan nilai loading 0,562

g. Lokasi mempunyai nilai eigenvalue sebesar 3.202 dengan cumulative variabel 86.875%. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi dapat mempengaruhi Keputusan Konsumen makan Mie di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Faktor ini memiliki variabel sebagai berikut :

- 1) tempat Mie Gacoan yang dekat dengan Polres dengan nilai loading 0,605
- 2) tempat Mie Gacoan yang dekat dengan toko dengan nilai loading 0,692

B. Saran

1. Variabel – variabel pada faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen makan Mie di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto memiliki korelasi yang tinggi sehingga model yang dibentuk layak digunakan, jika ada faktor lain harus disesuaikan dengan faktor yang ada guna mempermudah penelitian selanjutnya
2. Untuk mempermudah bagi penelitian selanjutnya dalam menghitung kecukupan sampel maka peneliti sebaiknya menggunakan tabel Keiser mayer-Olkin (KMO) karena sampel Mie Gacoan Cabang Mojokerto bisa berubah – ubah.