

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat loyalitas konsumen dalam pembelian emping umbi garut UMKM Raflesia diukur menggunakan Net Promoter Score (NPS). Dalam penelitian ini diperoleh nilai Net Promoter Score sebesar 60. Nilai tersebut tergolong sangat loyal atau sangat tinggi karena nilainya >50, yang berarti sebagian besar konsumen memiliki pengalaman yang positif, melakukan pembelian secara berulang, dan bersedia untuk merekomendasikannya kepada orang lain.
2. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa masing-masing dari variabel independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel cita rasa memiliki nilai signifikansi 0,004, Variabel harga memiliki nilai signifikan si 0,001, Variabel citra merek memiliki nilai signifikansi 0,011, Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,031, dan Variabel kemasan produk memiliki nilai signifikan 0,030. Semua tingkat signifikansi ini berada di bawah 0,05 (Sig. < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen terhadap Emping Umbi Garut Raflesia meningkat dengan peningkatan cita rasa, harga, citra merek, kualitas layanan, dan kemasan produk.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas adalah sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Raflesia
Pemilik UMKM Raflesia disarankan untuk melakukan pengelolaan yang berkelanjutan terhadap faktor cita rasa, harga, citra merek, kualitas pelayanan, dan kemasan produk sebagai upaya untuk

menjaga dan mempertahankan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen yang konsisten dapat menjamin keberlanjutan usaha, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing UMKM Raflesia pada industri makanan yang semakin ketat. Selain itu, pemilik UMKM Raflesia juga dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen seperti selalu mendengarkan kritik dan saran dari konsumen guna menjaga loyalitas konsumen yang telah terbentuk.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh rasa, harga, citra merek, kualitas layanan, dan kemasan produk terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti di masa mendatang di sarankan untuk memperluas penelitian mereka untuk memasukkan variabel independen lainnya yang mungkin memengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu, peneliti di masa mendatang dapat meningkatkan jumlah responden untuk mendapatkan data yang lebih beragam dengan jangkauan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, R., & Gufron, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi Baitul Maal Jawaahirul Hikmah Besuki Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 1(2), 63–67.
- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2022). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction : Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Ananda, J. G. S., Hafiz, P. A., & Ramli, F. (2024). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pelaku UMKM dalam Pemasaran Syari ' ah. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(3), 82–98.
- Andarias, S. H., Slamet, A., & Ilsak, M. (2021). Keanekaragaman Jenis Umbi-Umbian Sebagai Pangan Di Beberapa Wilayah Pulau Buton. *Jurnal Biosains*, 7(1), 24–27.
- Anwar, & Nursan, M. (2025). *Buku Ajar Pengantar Ekonometrika Dilengkapi Aplikasi Software SPSS*.
- Aprelyani, S. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction : Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Managemen. *Jurnal*

- HUMANIORA, Ekonomi Syariah Dan Muamalah (JHSEM)*, 3(1), 9–15.
- Baehre, S., Dwyer, M. O., Malley, L. O., & Lee, N. (2022). The use of Net Promoter Score (NPS) to Predict Sales Growth : Insights from an Empirical Investigation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1(50), 67–84.
- Baquero, A. (2022). Net Promoter Score (NPS) and Customer Satisfaction : Relationship and Efficient Management. *Sustainability Journal*, 14(4), 1–19.
- Cristanto, J. D., Guci, D. A., Ghazali, P. L., Indonesia, U. P., Sultan, U., & Abidin, Z. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada Porduk Skincare di Kecamatan Medan Sunggal. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8, 2918–2925.
- Fachri, A., & Zulaikah. (2024). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup,dan Religiositas Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(1), 335–345.
- Furuhita, F. A., Mubarakah, & Syah, M. A. (2024). Analisis Nilai Tambah Usaha Emping Garut (Studi Kasus Agroindustri Raflesia Emping Garut di Desa Ngasem Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Agrica*, 17(2), 249–259.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, A. K. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris*.
- Hanifah. (2025). Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Loyalitas Pelanggan di Era Pasca-Pandemi: Studi Kasus pada Umkm di Kota Bandung. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 643–649.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Hidayat, M. R., Elvina, & Zelibu, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , dan Kepercayaan Merek. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 6(1), 59–66. <https://doi.org/10.47065/jtear.v6i1.2209>
- Kartika, A., & Wiratama, D. (2025). Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Chatime Lamongan). *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 17(1), 18–29.

- Kaslam, Salengke, & Koto, H. A. (2020). Sorpsi Isotermi dan Daya Patah Emping Jagung Pulut. *Jurnal Agritechno*, 13(1), 16–23.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Merek terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 5(1), 8–16.
- Latifah, E., & Prahardini, P. E. R. (2020). Identifikasi dan Deskripsi Tanaman Umbi-Umbian Pengganti Karbohidrat Di Kabupaten Trenggalek. *Agrosains: Jurnal Penelitian Agronomi*, 22(2), 94–104.
- Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*.
- Lestari, L. A. (2017). The Development of Low Glycemic Index Cookie Bars From Foxtail Millet (*Setaria Italica*), Arrowroot (*Maranta Arundinacea*) Flour , and Kidney Beans (*Phaseolus Vulgaris*). *Journal of Food Science and Technology*, 54(6), 1406–1413.
- Lourensius, N. L. L. ., & Radito, T. A. (2019). Analisis Pengaruh Merek, Kemasan, Garansi dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Air Mineral dalam Kemasan Aqua. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 6(2), 45–59.
- Mahendra, M. R., & Amri, M. (2022). Optimasi Potensi Emping Garut di Desa Carangbejo Sampung Ponorogo Optimization. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 10–21.
- Mahrus, I. M., & Inda, P. N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Kemasan Produk terhadap Loyalitas Konsumen Mie Sedaap Kemasan Bag. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9(3), 986–998.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 57–68.
- Majiid, N. A., Kurniawan, R., & Setyahun, S. W. (2024). Pengaruh Kemasan, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Mixue Semarang. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(1), 439–450.

- Minh, N. V., & Huu, N. H. (2016). The Relationship Between Service Quality , Customer Satisfaction and Customer Loyalty : An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*, 8(2), 103–116.
- Munandar, A., & Erdkhadifa, R. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(1), 50–74.
- Nursarah, W., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Café Shelter Wisata Galunggung). *Journal of Indonesian Management*, 2(3), 739–748.
- Nurshodiq, H., Anwar, S., & Yudianto, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kafe Teringat Kopi Indramayu). *Jurnal Investasi*, 11(2), 108–118.
- Nuryadi, T. dewi astuti, Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar- Dasar Statistik Penelitian*.
- Oktaviani, N., & Triana, N. (2025). The Influence of Brand Image and Packaging on Loyalty through Customer Satisfaction (A Study of Amplang Obic Customers in Ketapang Regency). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 55–69.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., Dwikotjo, F., & Sumantyo, S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada E- Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537–553.
- Pisesha, P. A. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merk terhadap Loyalitas melalui Keputusan Pembelian Nasabah Pegadaian di Kanwil XII Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 8(2), 126–141.
- Putra, H. P., Wicaksono, D. A., Amaniyah, M., Ton, S., & Liliyanti, M. A. (2024). Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1623–1633.
- Rafli, M. A., Rochmawati, & Agung, A. A. G. (2024). Analisis Kepuasan dan

- Loyalitas Pelanggan Produk Kue Brownies Menggunakan Perhitungan Net Promoter Score Berbasis Python. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(3), 199–211.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152.
- Rahayu, S., & Darman, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2192–2207.
- Rajasekaran, N. (2018). How Net Promoter Score Relates to Organizational. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 6(2), 972–981.
- Ramadhani, A. H. Z., & Madiawati, P. N. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Telkomsel di Kota Bandung melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 3(1), 5960–5974.
- Ramilusholikha, S., Muhtarom, A., Cholidah, L. N., Efendy, Y., Nordiawan, D., & Ghofur, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Anyaman Bambu Umkm Cipta Karya Art Bambu Mandiri Desa Sukolilo (Metode Partial Least Square (PLS)—Structure Equation Modeling (SEM). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 8(1), 10–21.
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 210–223.
- Rosyidi, M. A. Z., Muhtarom, A., & Khitam, M. C. (2023). Analisis Harga, Cita Rasa, Lokasi, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian pada Usaha Wakhid Pentol. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(1), 115–130.
- Sahir, S. H. (2022). *Metode Penelitian*.
- Santoso, R. F., Abdurrahman, S., & Wulandari, F. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang melalui Loyalitas Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Jasa Layanan Logistik). *Jurnal*

- Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(5), 8133–8147.
- Sari, R. R. N. (2018). Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Tempat terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Kedai Mie Djoedes Pare). *Jurnal Ekuivalensi*, 4(2), 34–43.
- Sin, L. G., & Yudha, B. M. S. H. (2019). Analisis Perbedaan Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Laki-Laki dan Perempuan Akan Produk Suplemen Makanan di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19(2), 262–270.
- Sitorus, M., Ramli, Anggun, R., Wibowo, & Agung, E. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome. *Jurnal Bening*, 10(1), 68–80.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*.
- Suhardi, D. (2021). Pengaruh Promosi , Inovasi , Harga , terhadap Pembelian Ulang di Toko Oleh-Oleh Haji dengan Loyalitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 1166–1178.
- Supriadi, G. (2021). *Statistik Penelitian Pendidikan*.
- Suwitho, & Bulgis, T. A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(12), 1–18.
- Tahuman, Z. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan serta Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 445–460.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(021), 113–123.
- Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Statistik*.
- Wulandari, D. A., & Suryani, T. (2017). Service Quality and the Impact On Student's Satisfaction Loyalty to Master of Management Program in Surabaya.

Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen, 17(1), 7–20.

Zamborita, D. Z., Muflikh, Y. N., & Izzy, A. A. (2024). Purchasing Decisions and Consumer Preferences of Millennials and Zoomers at Coffee Shops. *Ournal of Consumer Sciences*, 9, 102–121.