

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Halal Awareness dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi pada konsumen d'BestO cabang Bandar Buat Padang, dengan jumlah sampel sebanyak 108 responden, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada d'BestO cabang Bandar Buat Padang.
2. Halal Awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada d'BestO cabang Bandar Buat Padang.
3. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada d'BestO cabang Bandar Buat Padang.
4. Halal Awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada d'BestO cabang Bandar Buat Padang.
5. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada d'BestO cabang Bandar Buat Padang.
6. Kepuasan Konsumen mampu memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen pada d'BestO cabang Bandar Buat Padang.
7. Kepuasan Konsumen mampu memediasi pengaruh Halal Awareness terhadap Loyalitas Konsumen pada d'BestO cabang Bandar Buat Padang.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan.

1. Penelitian hanya dilakukan pada konsumen d'BestO Cabang Bandar Buat Padang, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat menggambarkan kondisi konsumen d'BestO pada cabang atau wilayah lainnya.
2. Penelitian hanya menggunakan variabel Halal Awareness (HA), Kualitas Layanan (KL), Kepuasan Konsumen (KK), dan Loyalitas Konsumen (LK). Masih terdapat faktor lain di luar variabel penelitian yang dapat memengaruhi Kepuasan Konsumen maupun Loyalitas Konsumen.
3. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga informasi yang diperoleh bergantung pada pemahaman dan kejujuran responden dalam memberikan jawaban. Kondisi dan pengalaman responden saat mengisi kuesioner juga dapat memengaruhi jawaban yang diberikan.
4. Karakteristik responden dalam penelitian ini lebih banyak berasal dari kelompok usia muda, sehingga hasil penelitian lebih banyak menggambarkan persepsi dan pengalaman konsumen pada kelompok tersebut dan belum sepenuhnya menggambarkan seluruh karakteristik konsumen d'BestO.
5. Penelitian dilakukan dalam periode tertentu, sehingga kondisi dan persepsi konsumen dapat mengalami perubahan seiring dengan perkembangan pelayanan, produk, persaingan usaha, serta perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi d'BestO

d'BestO Cabang Bandar Buat Padang disarankan untuk terus meningkatkan Kualitas Layanan (KL), terutama dalam hal kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kebersihan fasilitas, serta kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini karena Kualitas Layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (KK) dan Loyalitas Konsumen (LK). Selain itu, d'BestO perlu mempertahankan jaminan kehalalan produk dan memberikan informasi yang mudah dipahami mengenai bahan serta proses pengolahan makanan. d'BestO juga perlu menjaga kepuasan konsumen melalui konsistensi kualitas produk dan pelayanan agar konsumen terdorong untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan d'BestO kepada orang lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan beberapa cabang d'BestO atau usaha makanan cepat saji lainnya agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Kepuasan Konsumen (KK) dan Loyalitas Konsumen (LK), mengingat masih terdapat 54,9% variasi Loyalitas Konsumen yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Peneliti

selanjutnya juga disarankan menggunakan jumlah responden yang lebih besar dan karakteristik responden yang lebih beragam, khususnya berdasarkan usia, jenis kelamin, lama menjadi pelanggan, dan frekuensi pembelian. Mengingat penelitian dilakukan dalam periode tertentu, penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan pada periode yang berbeda untuk melihat kemungkinan perubahan persepsi konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Raufu Ambali dan Ahmad Naqiyuddin Bakar. “People’s Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers,” *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 121, 3–25,” 2014.
- Ajib Catur Yudo Yuwono, Aries Setiawan, Ariati Anomsari, and Ida Farida. “Pengaruh Presepsi Harga, Kuallitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pt. Soyo Aji Perkasa.” *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 2 (2024): 117–30. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v17i2.2015>.
- Ajzen, I. “The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T),” 1991.
- Akbar, Z., Wahyuningtiyas, A. S. H., & Isaskar, R. “The Effect of Certification and Product Knowledge on Instant Food Purchasing Decisions through Halal Awareness: The Moderating Role of Religiosity. *Journal of Consumer Sciences*, 10(1), 1–26. <https://doi.org/10.29244/Jcs.10.1.1-26>,” 2025.
- Al, Masadah et. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan.” *Jurnal Tabarru’ : Islamic Banking and Finance* 3, no. November (2020).
- Alim, T., Zufriah, D., & Fathoni, M. I. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 12(1). <https://doi.org/10.54131/Jbma.V12i1.215>,” 2025.
- Alimusa, L. O., Septiani, A. M., Ratnasari, R. T., & Aedy, H. “Factors Determining Indonesian Muslim Behaviour in Purchasing Halal Food: A Preliminary Study. *Etikonomi*, 22(2). <https://doi.org/10.15408/Etk.V22i2.26979>,” 2023.
- Amalia, D., Dewi, V. C., Adzaldi, A. H., & Zaki, M. I. “Kepuasan Konsumen Haus Berdasarkan Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Produk Di Bekasi. *Jurnal Ilmiah M-PROGRESS*, 15(2), 233–243. <https://doi.org/10.35968/Mpu.V15i2.1458>,” 2025.
- Amalia, N. H., & Nurafini, F. “Pengaruh Islamic Branding Dan Halal Awareness Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Maaqo Oleh Masyarakat Muslim Jombang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(2), 121–134. <https://doi.org/10.26740/Jeko>,” 2024.
- Amalia, Nur Halizatul, and Fira Nurafini. “Pengaruh Halal Awareness Dan Islamic Branding Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian AMDK Maaqo Masyarakat Muslim Jombang.” *Jurnal Ekonomika*

Dan Bisnis Islam 7, no. 2 (2024): 121–34.

- Artana, I. N. J., Suardhika, I. N., & Hendrawan, I. G. Y. “Pengaruh Halal Awareness Dan Product Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Retention Pada Product Skincare Wardah. *Jurnal Manajemen Update.*,” 2025.
- Aulia, Kiki Rizky, Desy Prastyani, Lista Meria, and Wisnu Budi Prasetyo. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Lentera Bisnis* 14, no. 3 (2025): 3695–3712. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1771>.
- Aziz dan Vui. “The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach”, *Journal of International Food & Agribusiness Marketing, Malaysia*,” 2012.
- Balqis, S. A., & Zulaikha, S. “Pengaruh Religiusitas, Halal Knowledge, Halal Awareness Dan Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Skincare Halal. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 19(2), 68–81.,” 2023.
- Chaniago, Yona, Delni Alek Candra, and Roni Afrizal. “Persepsi Konsumen Toko Sanjai Anna Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen.” *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad* 10, no. 1 (2025): 30–45. <https://doi.org/10.24198/agricore.v10i1.63145>.
- D’BestO. “"Tentang Kami." Website Resmi d’BestO. Diakses 24 September 2026. <https://Dbesto.Id/Tentang-Kami/>,” n.d.
- Dewi, N. M. A. A., & Azzatillah. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Penggunaan e-Commerce. *Ekraf: Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Inovatif Indonesia*, 2(1), 170–177 <https://doi.org/10.59965/Ekraf.V2i1.118>,” 2024.
- DIMAS ARCHADEA JUNAEDI. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pengguna Shopeepay Pada E-Commerce Shopee,” 2025.
- Ghozali, Imam. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- Griffin, J. *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga., 2015.
- Gunananda, G. B. S. K., Seminari, N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2024). “Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 13(1), 129–150. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2024.V13.I01.P07>,” 2024.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. "Multivariate Data Analysis (7th Ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall,," 2010.
- "<https://Bpjph.Halal.Go.Id/>," 2026.
- Irawan, I. C., & Wabiser, K. "No Title Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ritel Modern Di Nabire Dimediasi Kepuasan Pelanggan. Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi), 14(1), 74–83. <https://doi.org/10.31959/Jm.V14i1.2752>," 2025.
- Kasinem. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serele Lahat. 17, 329–339,," 2020.
- Kotler, P., & Keller, K. L. "Marketing Management (16th Ed.). Pearson Education,," 2021.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. "Manajemen Pemasaran Edisi Ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta.,," 2019.
- Kriyantono, R. "Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, Dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Rawamangun: Prenadamedia Group," 2020.
- Kushenda, D. A., & Hariasi, M. "Experiential Marketing and Quality Drive Coffee Shop Loyalty in Indonesia: Pemasaran Eksperiensial Dan Kualitas Mendorong Loyalitas Kedai Kopi Di Indonesia. Indonesian Journal of Innovation Studies, 25(2). <https://doi.org/10.21070/Ijins.V25i2.1151>," 2024.
- Ludiansyah, R. A., Mardani, R. M., & Bastomi, M. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Murtiasih Frozen Food Di Kota Malang. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 12(02),," 2023.
- Mahendra, Sepdwipa, and Fransius Awaldo Damanik. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas," n.d., 20–34.
- Manacika, S. A. P. K., & Pramudana, K. A. S. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. E-Jurnal Manajemen, 13(6), 987–1006. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2024.V13.I06.P05>," 2024.
- Manacika, S. A. P. K., & Pramudana, K. A. S. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. E-Jurnal Manajemen, 13(6), 987–1006. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2024.V13.I06.P05>," 2024.
- Manehat, K., Fanggidae, A. H. J., Kurniawati, M., & Fanggidae, R. P. C. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Hotel Neo Eltari by Aston Kupang. GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial,

- 5(2), 337–347. <https://doi.org/10.35508/Glory.V5i2.11328>,” 2024.
- Mastuki. “Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar). Kementerian Agama Republik Indonesia,” 2020.
- Melisa, Syafrizal, & Yeni, Y. H. “The Influence of Store Atmosphere, Customer Value and Halal Labeled Products on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable at Miss Glam Padang City. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(3), 406–415. <https://doi.org/10.3>,” 2024.
- Muhaimin, F. R., & Mashudi, M. “Halal Awareness and Halal Certification: Its Effect on Customer Loyalty of Mie Gacoan with Celebrity Endorsment as an Intervening Variable. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(2), 6236–6256. <https://doi.org/10.31538/Ijse.V8i2.6969>,” 2025.
- Muhammad Ali Akbar, Irvan Relyesh Situmorang. “PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS DENGAN VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA UMKM DI SUMATERA UTARA” 5, no. 2 (2021): 203–11.
- Nor Sara Nadia Muhamad Yunus dkk. “‘Muslim’s Purchase Intention towards NonMuslim’s Halal Packaged Food Manufacturer,’ *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 130: 145–154,” 2014.
- Nuryanto, F. S., & Darpito, S. H. (2024). “Determinants of Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 23(2). <https://doi.org/10.28932/Jmm.V23i2.8531>,” 2024.
- Oliver, R. L. “Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (2nd Ed.). New York: Routledge,” 2018.
- Olyvia, D. L., & Darwanto, D. “Factors Influencing Muslim Customer Loyalty: The Mediating Effect of Muslim Customer Satisfaction in Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(1), 1–18. <https://doi.org/10.22515/Shirkah.V8i1.441>,” 2023.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40,” 1988.
- Purnomo, Eko. “Pengaruh Persepsi Nasabah BRI Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah BRI Kanca Wonosari.” *JBTI : Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi* 10, no. 1 (2019): 52–64. <https://doi.org/10.18196/bti.101115>.
- Rahma, Afifudin, & Novianto. “Pengaruh Kesadaran Halal Dan Product Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Skincare Korea,” 2025.

- Rahma, Aisha Aulia, and Abdullah Syakur Novianto. "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Product Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Skincare Korea Aisha." *Warta Ekonomi* 8, no. 1 (2025): 125–35.
- Ramadhan, S., & Fikriah, N. L. "Service Quality and Customer Relationship Management on Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(6), 540–551. <https://doi.org/10.9734/Ajeba/2024/V24i61380>," 2024.
- Ramadhanti, N. Y., & Tamimi, M. H. (2025). "Integrating Halal Consumer Awareness and Sustainability to Enhance Satisfaction and Purchase Decisions in the Franchise Ice Cream Market. *Journal of Applied Food Technology*, 12(2), 173–181. <https://doi.org/10.17728/Jaft.29013>," 2025.
- Ramadhanti, N. Y., & Tamimi, M. H. "Integrating Halal Consumer Awareness and Sustainability to Enhance Satisfaction and Purchase Decisions in the Franchise Ice Cream Market. *Journal of Applied Food Technology*, 12(2), 173–181. <https://doi.org/10.17728/Jaft.29013>," 2025.
- Rizan, M., Rivai, A. K., Tejanagara, F. C. H., & Rizky, R. D. "Antecedents of Customer Loyalty: Study from Digital Transaction of EWallet Apps. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 24(1), 45–56. <https://doi.org/10.25124/Jmi.V24i1.5788>," 2024.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. 2, 312–318," 2018.
- Sartika, M., & Motik, A. "Faktor Halal Awareness, Religiosity, Dan Knowledge Terhadap Consumer Decisions Dan Implikasinya Terhadap Consumer Loyalty. *Maisyatuna*, 4(1), 20–31. <https://doi.org/10.53958/Mt.V4i1.268>," 2023.
- Setiawan, A., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. "Pengaruh Perceived Experience Dan Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Pengguna Shopee Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 14(2). <https://doi.org/10.22437/Jmk.V14i2.43399>," 2025.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabet," 2021.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.*, 2021.
- Sultan, U., Banten, M. H., Syafuri, B., & Hasanuddin Banten, M. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zis (Studi Pada Baznas Provinsi Banten) Kholid Musana Efi Syarifudin. *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 9, 297–314," 2024.

Suratriadi, P., & Sartika, R. (2024). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Di Jakarta Selatan. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 3(5), 520–526. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.3948>," 2024.

Tjiptono, F. "Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian. Yogyakarta: Andi,," 2019.

