

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapakesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif *Locus of Control* terhadap kualitas pelayanan pada inkubator bisnis kantin UNJA SMART hal ini dibuktikan dari nilai t dengan nilai signifikansi yang telah memenuhi syarat, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif artinya *Locus of Control* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan pada inkubator bisnis UNJA SMART. Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial atau terpisah variabel *Locus of Control* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan. Artinya, ketika *Locus Of Control* tinggi maka konsumen justru menerapkan perilaku hemat lebih baik memasak sendiri dirumah daripada harus membeli makanan di luar, hal ini dapat dilihat dari jawaban responden pada pertanyaan 1 data penelitian. Namun kualitas pelayanan di kantin UNJA SMART juga penting dijaga agar lecus of control konsumen menjadi rendah. Sehingga penelitian ini dapat menjawab hipotesis yang dikemukakan sebelumnya, yaitu terdapat pengaruh antara *Locus Of Control* terdapat kualitas pelayanan di kantin UNJA SMART.
2. Terdapat pengaruh positif *Word of Mouth* terhadap kualitas pelayanan pada inkubator bisnis kantin UNJA SMART hal ini dibuktikan dari nilai t dengan nilai signifikansi yang telah memenuhi syarat, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif. Artinya *Word of Mouth*.berpengaruh signifikan

terhadap kualitas pelayanan pada inkubator bisnis UNJA SMART. Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial atau terpisah variabel *Word of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Word of Mouth*. Artinya, ketika *Word of Mouth* baik maka kualitas pelayanan di kantin UNJA SMART akan baik. Sehingga penelitian ini dapat menjawab hipotesis yang dikemukakan sebelumnya, yaitu terdapat pengaruh antara *Word of Mouth* terhadap kualitas pelayanan di kantin UNJA SMART.

3. Terdapat pengaruh positif Pengaruh *Locus of Control* dan *Word of Mouth* secara bersama-sama terhadap kualitas pelayanan pada inkubator bisnis kantin UNJA SMART. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F dengan nilai yang telah memenuhi syarat. Artinya bahwa *Locus of Control* dan *Word of Mouth* berpengaruh secara bersama sama (simultan) terhadap kualitas pelayanan. *Locus Of Control* dan *Word Of Mouth* dalam mempengaruhi variabel *dependent/* terikat yaitu kualitas pelayanan keduanya berpengaruh dibuktikan dengan hasil pengujian koefisien determinan. Pada penelitian ini menggunakan uji regresi berganda untuk mengetahui pengaruh *Locus Of Control* dan *Word Of Mouth* secara Bersama-sama (simultan) terhadap kualitas pelayanan. kesimpulannya terdapat pengaruh antara *Locus Of Control* dan *Word Of Mouth* terhadap kualitas pelayanan pada inkubator bisnis di kantin UNJA SMART.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian mengenai variabel *Locus Of Control* mempunyai pengaruh terhadap kualitas pelayanan. Mahasiswa yang memiliki *Locus Of Control* yang

baik seharusnya akan meningkatkan kualitas pelayanan di kantin UNJA SMART. Namun Kategori tinggi dari locus of control justru dapat membuat kantin sepi pengunjung di dapat dari hasil penelitian juga mendukung observasi awal pada pertanyaan 1, yaitu tetap menerapkan perilaku hemat walaupun kualitas pelayanan baik, itu berarti kualitas pelayanan yang baik belum tentu meningkatkan jumlah konsumen bisa jadi harga dari kompetitor lain yang jauh lebih rendah dibanding kantin UNJA SMART.

2. Hasil penelitian mengenai variabel *Word Of Mouth* mempunyai pengaruh terhadap kualitas pelayanan. Mahasiswa yang melakukan promosi dengan *Word Of Mouth* yang baik seharusnya akan meningkatkan kualitas pelayanan di kantin UNJA SMART. Ketika mahasiswa menyebarkan informasi mengenai produk, harga, lokasi, atau bahkan kualitas dan kuantitas dari karyawan yang bekerja di kantin UNJA SMART, maka kualitas pelayanan akan semakin baik dan jumlah konsumen akan semakin bertambah.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan Bagi Kantin UNJA SMART diketahui bahwa terdapat responden dengan kategori rendah pada variabel *Word of Mouth* ini dibuktikan dari data responden sebanyak 37 orang (37%) memilih “tidak setuju sering membicarakan keunggulan produk dan pelayanan dan mengajak teman untuk membeli produk di kantin UNJA SMART” hal ini berpengaruh pada indikator *talkers*, dapat diasumsikan bahwa konsumen kurang tertarik menceritakan perihal keunggulan yang di dapat ketika membeli produk di kantin UNJA SMART, karena ketika jam istirahat konsumen lebih memilih untuk

langsung datang ke kantin UNJA SMART tanpa meminta rekomendasi ataupun mendapat rekomendasi dari orang lain. Oleh sebab itu kantin SMART Universitas Jambi harus lebih meningkatkan produk, kualitas pelayanan, dan cara promosi agar konsumen lebih tertarik dan menceritakan keunggulan produk yang ada di kantin SMART Universitas Jambi.

Kategori tinggi dari locus of control di dapat dari hasil penelitian juga mendukung observasi awal pada pertanyaan 1, yaitu tetap menerapkan perilaku hemat walaupun kualitas pelayanan baik, itu berarti kualitas pelayanan yang baik belum tentu meningkatkan jumlah konsumen bisa jadi harga dari kompetitor lain yang jauh lebih rendah dibanding kantin UNJA SMART.

Kategori rendah juga didapat dari variabel *Word of Mouth* yaitu sebanyak 50 orang (50%) memilih “tidak setuju mendapatkan informasi mengenai produk dari kantin UNJA SMART dari media sosial instagram, facebook, dan website lalu membagikannya ke teman atau keluarga”. Hal ini berpengaruh pada indikator *tools*. Oleh karena itu demi meningkatkan jumlah konsumen owner dan karyawan seharusnya meningkatkan cara promosi lewat sosial media seperti facebook, instagram, tiktok, websiite, dll agar konsumen lebih mudah mendapat informasi mengenai produk di kantin UNJA SMART, kantin UNJA SMART juga bisa membeli fitur promosi di platform sosial media tersebut agar jangkauannya lebih luas.

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti *Locus of Control*, dan *Word of Mouth* terhadap kualitas pelayanan, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada

angket yang jawabannya telah tersedia.