

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan hasil temuan dari penelitian, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian Pengaruh cita rasa dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan pembelian sebagai intervening variabel pada produk *kentucky fried chicken* (KFC) Arion Mall, berikut :

1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa cita rasa yang khas dari ayam goreng KFC Arion Mall dan paket-paket yang beragam yang menawarkan berbagai macam variasi menu yang dihasilkan KFC Arion Mall mampu memberikan daya tarik kepada konsumen dan cita rasa KFC Arion Mall ini dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan keputusan pembelian.
2. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga yang diberikan oleh KFC Arion mall sesuai dengan produk yang ditawarkan dan bisa diterima oleh masyarakat.
3. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa cita rasa dan harga KFC Arion mall mampu membuat pelanggan melakukan keputusan pembelian. Selain dikarenakan produk dan merek KFC Arion mall yang memiliki keunggulan, hargapun dipertimbangkan dalam keputusan pembelian para konsumen.
4. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa cita rasa dan harga KFC Arion mall Pelanggan setia akan melakukan pembelian kembali produk atau layanan pada penyedia produk atau layanan yang sama, dan bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk kualitas produk dan kualitas layanan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan maka saran yang dapat diberikan kiranya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, antara lain :

1. Untuk menambah daya tarik tersendiri bagi konsumen penulis menyarankan dalam cita rasa pihak manajemen KFC Arion Mall dapat memberikan cita rasa yang berbeda sebagai bentuk ciri khas tertentu dalam sebuah cita rasa pada produk KFC.
2. Dalam harga penulis menyarankan pihak manajemen KFC Arion Mall sering mengevaluasi harga yang diberikan kepada pihak konsumen, dengan melihat harga pesaing nasional maupun internasional sebagai pilihan harga terbaik. Dan melakukan strategi harga dengan melakukan promosi atau penawaran khusus yang memungkinkan menarik pelanggan baru dan dapat mencapai target penjualan, terutama selama musim penjualan yang lambat.
3. Dalam mencapai loyalitas konsumen penulis menyarankan pihak manajemen KFC Arion Mall aktif melakukan promosi agar konsumen dapat mereferensikan produk KFC. Sehingga dengan melakukan promosi diharapkan konsumen lama maupun baru berkeinginan berkunjung dan membeli produk KFC.
4. Penulis juga menyarankan agar menambah fasilitas pendukung antara lain seperti area bermain untuk balita, yang dapat memudahkan pengunjung KFC Arion Mall untuknya para ibu rumah tangga yang membawa anak balita. Sehingga diharapkan dapat menambah kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan dan menambah daya tarik pelanggan untuk tetap loyal pada KFC Arion Mall.

5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti selanjutnya diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih berkualitas karena penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan diantaranya sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini responden yang diambil hanya dalam skala kecil yaitu 97 responden yang sudah pernah melakukan pembelian di KFC Arion mall untuk peneliti selanjutnya bisa mengambil jumlah responden yang lebih banyak lagi.
2. Dalam penelitian ini hanya berfokus pada variable cita rasa dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan pembelian saja, untuk selanjutnya peneliti bisa menambahkan variable lain yang mendukung loyalitas pelanggan.