## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dianalisa data sebagaimana telah dijelskan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil simpulan sebagai berikut :

- Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
  Dengan demikian konsep pelayanan 5 step counter yang disediakan Burger King dapat menciptakan kepuasan pelanggan.
- 2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan pelanggan setia mengunjungi gerai Burger King Thamrin City karena pelayanannya.
- 3. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Burger King memberikan kualitas WHOPPER yang dimilikinya dapat diterima oleh pelanggan, ini artinya pelanggan puas dengan kualitas dan bahan yang digunakan dalam membuat WHOPPER dan dapat dipercaya sesuai dengan yang telah di iklankan oleh Burger King.
- 4. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwasanya kualitas WHOPPER menimbulkan keinginan pelanggan untuk kembali membelinya.
- 5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mencerminkan semakin puas pelanggan membeli produk Burger King maka pelanggan akan semakin loyal, dalam arti pelanggan berkeinginan membeli kembali produk, menceritakan hal baik serta merekomendasikan kepada orang lain.
- 6. Kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas tercipta karena pelayanan memenuhi harapan pelanggan sehingga mereka setia terhadap Burger King.
- 7. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari perhitungan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berati

kualitas WHOPPER sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan menyebabkan mereka setia membeli WHOPPER.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis indeks persepsi pada pernyataan "saya tidak berminat membeli burger lain selain WHOPPER termasuk dalam kategori sedang lebih rendah dari indeks untuk indikator lainnya. Menurut peneliti hal ini mengindikasikan tingginya persaingan antar produk burger diantara beberapa restoran cepat saji yang setara seperti burger Carl's Jr dan Wendys, hal ini menyebabkan responden mempunyai banyak pilihan dalam membeli burger. Agar persepsi pelanggan terhadap WHOPPER lebih baik lagi peneliti menyarankan agar Burger King lebih meningkatkan promosi terhadap WHOPPER sebagai burger terbaik. Hal tersebut dapat dilakukan misalnya melakukan inovasi dengan menambahkan varian ukuran WHOPPER, selain itu juga dapat memperkaya unsur isian burger (condiment) misalnya, menambahkan keju dan rasher dan dapat juga dengan cara mengadopsi cita rasa lokal misalnya WHOPPER dengan rasa rendang, barbeque dan lain sebagainya.