

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis loyalitas konsumen pada KFC Harapan Indah Bekasi, maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, (1) kualitas/mutu produk yang mampu memuaskan keinginan hati konsumennya, (2) adalah strategi penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan terjangkau untuk kalangan menengah, (3) kualitas pelayanan yang dapat diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, keempat adalah ekuitas merek atau citra perusahaan yang kuat, dan kelima adalah inovasi produk yang lebih menarik untuk dikonsumsi konsumen.
2. Langkah yang dilakukan untuk menciptakan konsumen yang loyal terhadap KFC Harapan Indah Bekasi yaitu dengan meningkatkan promosi seperti pemasangan iklan (TV, radio, dan media massa), memberikan diskon atau paket-paket menarik kepada konsumen, membuat inovasi terhadap produk yang sudah ada, dan melakukan peningkatan CSR seperti dengan mendukung atau menjadi sponsor utama dalam CFD (*car free day*) di Harapan Indah Bekasi.

## **B. Saran**

Setelah diperoleh kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Pihak KFC lebih meningkatkan pengembangan produk yang lebih menarik dan inovatif karena 78% responden yang merupakan konsumen KFC menyatakan tidak setuju dan merasa bosan dengan varian rasa dan jenis produk yang ditawarkan pihak KFC.
2. Lebih ditingkatkannya promosi serta CSR seperti mendukung adanya acara CFD (*Car Free Day*) yang diadakan oleh pihak Harapan Indah agar konsumen lebih menunjukkan kekebalan dan memprioritaskan KFC dibanding perusahaan sejenis lainnya, hal ini dibuktikan dengan 68% responden dari konsumen menyatakan bahwa tidak terlalu memprioritaskan KFC dikarenakan pengaruh iklan, promosi, serta CSR yang dilakukan perusahaan lain lebih menarik hati konsumen.