

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas merek pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 12,48 + 0,7535 X$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kepuasan pelanggan (variabel X), maka akan mengakibatkan kenaikan loyalitas merek (variabel Y) sebesar 0,7535 pada konstanta 12,48.

Loyalitas Merek ditentukan oleh kepuasan pelanggan sebesar 55,95% dan sisanya sebesar 44,05% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain, seperti kualitas produk dan lokasi.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas merek pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas merek.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, persentase indikator pembelian berulang (konsisten membeli) pada loyalitas merek sebesar 34,13%. Sedangkan, hasil persentase indikator perasaan positif (pilihan yang disukai) sebesar 32,77%. Pada kepuasan pelanggan persentase indikator keterjangkauan harga (harga murah) sebesar 17,51%. Sedangkan, hasil persentase indikator *responsiveness* (ketanggapan) sebesar 15,73%.

Ini memberikan implikasi bahwa restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator terendah mereka agar dilakukan perbaikan – perbaikan kedepannya dan tetap mempertahankan indikator yang memiliki skor tertinggi, sehingga loyalitas merek *Kentucky Fried Chicken* (KFC) dapat terwujud dengan maksimal.

C. **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran untuk meningkatkan loyalitas merek *Kentucky Fried Chicken* (KFC), sebagai berikut:

1. Restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) harus senantiasa menjaga dan memberikan kualitas baik dari menu makanan sampai pelayanan agar sesuai dengan harapan pelanggan sehingga *Kentucky Fried Chicken* (KFC) tetap menjadi restoran pilihan dari pelanggan.
2. Kemudian untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan memperhatikan keterjangkauan harga, yaitu memberikan harga

yang murah pada menu makanan yang disediakan karena sebagian besar pelanggan adalah mahasiswa yang sangat mempertimbangkan harga.

3. Menyikapi indikator *responsiveness* (ketanggapan) yang memiliki skor terendah pada kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 15,73%, pihak KFC perlu meningkatkan kemampuan pegawai agar lebih gesit atau cekatan ketika melayani pelanggan, khususnya kasir sehingga mengurangi antrian yang begitu panjang dalam hal pemesanan makanan. Sehingga konsumen mendapatkan pelayanan yang lebih cepat dan optimal sesuai harapan pelanggan. Seperti halnya pada indikator *tangibles* (bukti nyata) memiliki indikator yang cukup rendah yaitu sebesar 16,55%, untuk menyikapinya, pegawai KFC Arion Mall harus memperhatikan kerapian dan kebersihan pakaiannya saat melayani pelanggan. Sama halnya, pegawai harus berempati pada pelanggan ketika melayani. Kemudian KFC Arion Mall harus memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan. Hal – hal tersebut harus diperhatikan manager restoran untuk meningkatkan loyalitas merek pada restoran.