

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan :

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen di Lokomotif Kuliner Bandung , maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Bauran Pemasaran memiliki pengaruh signifikan positif cukup kuat terhadap Loyalitas Konsumen di Lokomotif Kuliner Bandung.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh dari rekapitulasi bauran pemasaran bahwa point promosi berada dalam posisi skoring yang paling rendah.
3. Berdasarkan uji determinasi bahwa bauran pemasaran mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 22,3 % dan sisanya sebesar 77,7 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran.

Berdasarkan kesimpulan di atas untuk mencapai maksud dan tujuan peningkatan bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen Lokomotif Kuliner Bandung maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam menjalankan dan menentukan

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

strategi usahanya diatarannya adalah Lokomotif Kuliner Bandung diharapkan untuk lebih memperhatikan bauran pemasaran yang berkenaan dengan promosi dengan langkah-langkah seperti ini yaitu :

1. Membuat iklan baik di media cetak seperti : koran, majalah, brosur masyarakat dan kepada penumpang kereta api agar Lokomotif Kuliner Bandung mengenai produk dan jasa agar dengan cara ini dapat dikenal oleh masyarakat umum ataupun konsumen pengguna jasa kereta api jarak jauh sehingga dapat menarik minat konsumen untuk datang ke Lokomotif Kuliner Bandung .
2. PT.Reska Multi usaha selaku anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia membuat sebuah program promosi dengan cara mengumpulkan tiket kereta api perjalanan untuk ditukar menjadi sebuah kupon atau voucher makan gratis atau *buy one get one*, atau sebagai *voucher* diskon untuk makan di Lokomotif Kuliner Bandung .
3. Membuat iklan promosi dengan media elektronik seperti bekerja sama dengan radio, dan mengaktifkan/merehabilitas kembali akses *web/blogger* dengan agar Lokomotif Kuliner dikenal di masyarakat seperti : promosi dengan inovasi produk baru melalui *sosial network* kepada seluruh masyarakat seperti *twitter* dan *facebook* membuat iklan atau promosi dengan bahasa bahasa yang menarik, interaktif, dan singkat padat dan jelas sehingga dapat dimengerti oleh masyarakat.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

4. Sering mengadakan kegiatan *event- event* dengan perusahaan – perusahaan swasta seperti mobil, rokok, dan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan hiburan atau *entertainment* agar dapat menarik minat masyarakat.



Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu