

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi ganda yang dilaksanakan mengenai pengaruh kualitas produk dan tingkat kesesuaian harga terhadap loyalitas konsumen di K99 Curry House Bandung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara keseluruhan responden di K99 Curry House Bandung memberikan penilaian baik pada variabel kualitas produk yang diukur melalui indikator penampakan (*appearance*) dan karakteristik sensori. Artinya, penampilan serta rasa makanan yang disajikan oleh K99 Curry House Bandung sudah dianggap baik oleh responden.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat kesesuaian harga di K99 Curry House Bandung dinilai sudah sesuai oleh responden. Artinya, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima sudah sesuai dengan daya beli responden.
3. Hasil tanggapan responden mengenai loyalitas konsumen diketahui bahwa responden di K99 Curry House Bandung adalah konsumen loyal. Artinya, responden melakukan pembelian ulang (*repeat purchase*), menolak terhadap produk pesaing (*immunity*), dan menciptakan prospek/menarik konsumen baru (*refers other*) di K99 Curry House Bandung.
4. Kualitas produk yang terdiri dari indikator penampakan (*appearance*) dan karakteristik sensori, berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
5. Tingkat kesesuaian harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

6. Variabel independen yang terdiri dari kualitas produk (X_1) dan tingkat kesesuaian harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa tingkat kesesuaian harga memberikan pengaruh terbesar, hal tersebut disebabkan karena faktor harga menjadi acuan dasar konsumen memilih produk K99 Curry House Bandung untuk dikonsumsi. Sedangkan kualitas produk berpengaruh lebih kecil terhadap loyalitas konsumen dibandingkan dengan tingkat kesesuaian harga, hal tersebut disebabkan karena kebanyakan responden menganggap bahwa kualitas produk K99 Curry House Bandung sudah baik.

5.2 Saran

Adapun saran untuk meningkatkan loyalitas konsumen K99 Curry House Bandung, pihak perusahaan K99 Curry House Bandung sebaiknya harus terus memperbaiki kualitas produk dan harga dapat disesuaikan dengan baik sehingga konsumen K99 Curry House Bandung akan semakin banyak dan tidak berpindah-pindah ke rumah makan lain. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang mendapat skor terkecil pada kualitas produk adalah karakteristik sensori yang meliputi tingkat kesesuaian temperatur makanan saat disajikan. Oleh karena itu diharapkan untuk temperatur makanan dapat lebih ditingkatkan sehingga konsumen yang ada akan semakin loyal, dapat menambah konsumen baru dan dapat meningkatkan penjualan.
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden bahwa indikator kesesuaian harga dengan manfaat memiliki skor terendah, maka dari itu pihak rumah makan K99 Curry House Bandung harus lebih gencar dalam memberitahu konsumen bahwa produk yang dihasilkan K99 Curry House Bandung memiliki manfaat yang baik untuk konsumen, sehingga apabila K99 Curry House Bandung memiliki nilai positif

yang lebih baik, maka kemungkinan akan dapat meningkatkan loyalitas konsumen K99 Curry House Bandung.

3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator penolakan terhadap produk pesaing (*immunity*) produk K99 Curry House Bandung rendah, ini menunjukkan bahwa responden juga mengkonsumsi produk yang sama dari rumah makan selain K99 Curry House Bandung. Untuk itu perusahaan harus mampu meningkatkan kinerja produk secara keseluruhan misalnya melakukan promosi yang lebih baik yang dapat meningkatkan ketertarikan konsumen pada K99 Curry House Bandung. Semua ini harus dilakukan dalam rangka meningkatkan keunggulan produk K99 Curry House Bandung dibandingkan dengan produk sejenis dari rumah makan lain.
4. Saran penulis untuk mempertahankan bahkan meningkatkan loyalitas konsumen di K99 Curry House Bandung adalah dengan meningkatkan dan menambahkan fasilitas-fasilitas pendukung, sehingga para tamu yang datang dapat merasakan kelengkapan fasilitas yang berbeda dengan usaha serupa lainnya.
5. K99 Curry House Bandung harus terus mempertahankan kualitas pelayanan yang ditetapkan manajemen, dengan selalu memperhatikan *standard operating procedure* para karyawan, seperti pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pengunjung, baik sikap para karyawan, keramahan karyawan, komunikasi yang dilakukan karyawan sehingga menghasilkan pelayanan yang prima. Dengan demikian diharapkan pengunjung pun merasa puas dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.