

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, serta saran yang dapat diajukan terkait penelitian yang telah dilakukan.

### A. Kesimpulan

Penelitian ini memberikan suatu data baru mengenai hubungan antara tipe kepribadian *big five* dan loyalitas konsumen bakso di kota Bandung. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa secara umum diketahui terdapat hubungan antara tipe kepribadian *big five* dengan loyalitas konsumen bakso di kota Bandung. Hubungan antara masing-masing tipe kepribadian dengan loyalitas konsumen tersebut memiliki tingkat korelasi yang berbeda-beda. Secara lebih rinci, diketahui bahwa terdapat hubungan antara tipe kepribadian *openness* (0.586), *conscientiousness* (0.564), *extraversion* (0.416), *agreeableness* (0.444) dan *neuroticism* (0.689) dengan loyalitas konsumen bakso di kota Bandung.

### B. Saran

Berikut ini beberapa hal yang dapat peneliti rekomendasikan kepada beberapa pihak terkait mengacu pada hasil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dan menyesuaikan alat ukur, baik alat ukur untuk variabel loyalitas konsumen maupun alat ukur untuk variabel tipe kepribadian, hal ini bertujuan untuk menambah referensi dalam ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian psikologi industri dan organisasi.

#### 2. Pihak perusahaan (Pengusaha Bakso di Kota Bandung)

Berdasarkan kaitannya dengan tipe kepribadian *big five* berikut ini beberapa saran yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan, dalam hal ini pengusaha bakso di kota Bandung yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas para konsumennya sesuai dengan karakteristik dari masing-masing tipe kepribadian, yaitu:

- a) *Agreeableness*. Karakteristik utama dari individu ini yaitu ramah, rendah hati dan senang menolong, oleh karena itu strategi yang dapat dilakukan misalnya dengan membuat promosi dalam program sumbangan. Contohnya dengan menyediakan suatu produk yang hasil keuntungannya akan diberikan untuk membantu pihak yang membutuhkan.
- b) *Conscientiousness*. Karakteristik utama dari individu ini yaitu teratur, tekun dan memiliki orientasi pada tujuan, oleh karena itu strategi yang dapat dilakukan misalnya dengan memberikan poin atau kupon promosi berupa potongan harga, yang dapat digunakan jika konsumen tersebut teratur datang terus-menerus dalam jangka waktu tertentu atau melakukan transaksi dengan jumlah nilai nominal tertentu.
- c) *Openness*. Karakteristik utama dari individu ini yaitu terbuka dan senang mencoba pengalaman baru, oleh karena itu strategi yang dapat dilakukan misalnya dengan menyediakan varian menu baru atau membuat *season* menu seperti “*menu of the month*”.
- d) *Extraversion*. Karakteristik utama dari individu ini yaitu senang berinteraksi sosial, oleh karena itu strategi yang dapat dilakukan misalnya dengan menawarkan paket promosi diskon makan grup.
- e) *Neuroticism*. Karakteristik utama dari individu ini yaitu cenderung memiliki rasa cemas yang tinggi. Oleh karena itu strategi yang dapat dilakukan ialah dengan menerapkan strategi-strategi yang dapat membuat konsumen dengan tipe kepribadian ini merasa lebih aman dan nyaman. Misalnya dengan menuliskan daftar harga pada buku menu.

**Vinska Apriliawati, 2018**

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN BIG FIVE DENGAN LOYALITAS  
KONSUMEN BAKSODI KOTA BANDUNG**

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