

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel sebesar 100 responden dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil dari analisis data yang terkumpul serta pengolahan analisis dengan menggunakan SPSS 17.00, menunjukkan bahwa :

1. Harga mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek, sehingga hipotesis pertama dapat diterima dan teruji kebenarannya.
2. Kualitas mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas merek, sehingga hipotesis kedua tidak teruji kebenarannya.
3. Nilai yang dirasakan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima dan teruji kebenarannya.
4. Pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek, sehingga hipotesis keempat dapat diterima dan teruji kebenarannya.
5. Harga, kualitas, nilai yang dirasakan, dan pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek, sehingga hipotesis kelima dapat diterima dan teruji kebenarannya.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan penelitian antara lain

sebagai berikut :

1. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti. Karena responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan yang ada sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner. Hal ini bisa diantisipasi peneliti dengan cara mendampingi dan mengawasi responden dalam memilih jawaban agar responden fokus dalam menjawab pernyataan yang ada.
2. Populasi penelitian ini hanya untuk pelanggan KFC di Surabaya.
3. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 100 responden.
4. Sedikitnya jumlah sampel yang diambil karena keterbatasan biaya dan tenaga peneliti.

### **5.3. Saran**

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan. Adapun saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
  - a. Dilihat dari hasil olah data pada variabel harga hasil yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai manfaat produk KFC sesuai dengan harga yang dibayarkan. Pihak KFC diharapkan untuk bisa memberikan manfaat secara rasional untuk produknya. Jadi KFC yang mahal harus juga menunjukkan manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.
  - b. Dilihat dari hasil data pada variabel kualitas hasil yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai kerusakan produk. Pihak KFC diharapkan untuk

bisa terus meningkatkan kualitas dengan tujuan agar tidak mengalami hal tersebut di masa yang akan datang. Namun secara keseluruhankualitas KFC sudah tercermin baik.

- c. Dilihat dari hasil olah data pada variabel nilai yang dirasakan hasil yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai harga produk KFC cukup murah. Pihak KFC diharapkan bisa menerapkan harga yang lebih murah untuk produknya. Dengan demikian pelanggan bisa lebih loyal terhadap KFC.
  - d. Dilihat dari hasil olah data pada variabel pelayanan hasil yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai penyediaan jasa atau layanan yang tidak sesuai dengan ketentuan. Pihak KFC diharapkan untuk bisa memberikan pelayanan atau jasa yang sebenarnya kepada pelanggan. Dengan demikian pelanggan bisa lebih loyal terhadap KFC.
2. Bagi peneliti yang akan datang
- a. Agar mendapatkan suatu model penelitian yang baik dengan didukung oleh teori yang kuat disarankan untuk lebih memperbanyak referensi penelitian yang mampu mendukung topik yang diteliti.
  - b. Populasi supaya diperluas agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.
  - c. Jumlah sampel supaya lebih banyak untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
  - d. Agar menambahkan pertanyaan terbuka pada kuesioner yang disediakan mengenai “Apakah alasan anda berkunjung ke Gerai KFC?”

## DAFTAR RUJUKAN

- Anber Abraheem Shlash Mohammad. 2012, *The Effect of Brand Trust and Perceived Value in Building Brand Loyalty*. Petra University. Jordan.
- Anwar Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit:Salemba Empat. Jakarta.
- Beranda.miti.or.id (2013, Februari 26) Diambil kembali dari internet kebijakan mengenai peraturan waralaba diharapkan untungkan pengusaha lokal : *Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No 07/M-DAG/PER/2/2013*<http://www.kemendag.go.id/files/regulasi/2013/02/11/7m-dagper22013-id-1361179852.pdf>
- Beranda.miti.or.id (2013, Februari 26) Diambil kembali dari internet pembatasan waralaba:<http://www.setkab.go.id/berita-7435-mendag-batasi-pengembangan-res-toran-waralaba-maksimal-250-gerai.html>. *26 Februari 2013*
- D. Wahyu Ariani. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Edisi Pertama. Penerbit: Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Edisi pertama . Penerbit : Andi. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing. Malang.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan prima*. Penerbit: Andi. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi tiga. Penerbit : Andi. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Seri Manajemen Merek 01. Penerbit: Andi. Yogyakarta.
- Ghozali, I . (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2008. *Metodelogi penelitian sistem informasi: pedoman dan contoh melakukan penelitian di bidang sistem teknologi informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid pertama. Edisi tiga belas. Penerbit PT. Index. Jakarta.

- Malhotra, N. K. 2009. *Basic marketing research : a decision-making approach*. USA:Pearson.
- Mukhtar Akhmed, Alah Rakha Sandhu, M. Zulkarnain, Tahir Imran Gulzar. 2011. *Factors Behind The Brand Loyalty, Developing And Proposing A Conceptual Model*. University Islamabad. Pakistan.
- Perkembangan Perusahaan Restoran cepat saji di Indonesia. (2013, Februari 26). Diambil kembali dari internet <http://beranda.miti.or.id/kebijakan-mengenai-pengaturan-waralaba-diharapkan-untungan-pengusaha-lokal/>
- Perkiraan Pertumbuhan Sektor Investasi Indonesia. (2013). Diambil dari internet [http://www.seputarforex.com/data/saham/bei/berita.php?nid=116277&title=fast 2012 penjualan kfc diramal tumbuh 13](http://www.seputarforex.com/data/saham/bei/berita.php?nid=116277&title=fast%20penjualan%20kfc%20diramal%20tumbuh%2013)
- Rosvita Dua Lembang. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum merek Teh Botol Sosro. Semarang, 12 Juli 2010.
- Sekaran, U 2007. *Research Methods For Bussines. Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba.
- Siswanto Sutojo, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit : Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Son K. Lam, Michael Ahearne, Ye Hu, Niels Schillewaert. 2010. *Resistance to Brand Switching When a Radically New Brand is Introduced: A Social Identity Theory Perspective*. Journal of Marketing;Nov2010, Vol. 74 Issue 6, p128. University of Georgia.
- Sugiyono, 2010. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- Toni Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Penerbit PT. Index. Jakarta.
- Ujang Sumarwan. 2009. *Pemasaran Strategik*. Penerbit: Inti prima. Jakarta Timur.
- [www.stabilitas.co.id](http://www.stabilitas.co.id)