KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek pada Pizza Hut secara keseluruhan sudah baik karena sebagian besar indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan menunjukkan bahwa pelanggan setuju. Maka dapat dikatakan bahwa citra merek pada Pizza Hut sudah baik.
2. Kualitas produk pada Pizza Hut secara keseluruhan sudah baik karena sebagian besar indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan menunjukkan bahwa pelanggan setuju. Maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk pada Pizza Hut sudah baik.
3. Tingkat kepuasan pelanggan pada Pizza Hut secara keseluruhan dikatakan puas terhadap citra merek dan kualitas produk Pizza Hut.
4. Terdapat pengaruh yang positif antara citra merek dan kepuasan pelanggan.
5. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang disarankan peneliti. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penilaian terhadap citra merek dengan penilaian terendah adalah produk Pizza Hut lebih baik dari pesaing dan merek Pizza Hut tidak mengecewakan pelanggan. Sebaiknya pihak Pizza Hut meningkatkan kualitas produk Pizza Hut sehingga dianggap lebih unggul dari pesaing dan tetap menjadi pilihan utama pelanggan. Selain itu, pihak Pizza Hut harus mampu meningkatkan citra Pizza Hut sehingga tidak mengecewakan pelanggan.
2. Penilaian terhadap kualitas produk dengan penilaian terendah adalah restoran Pizza Hut mengganti produk apabila produk tidak sesuai dengan yang dijanjikan (iklan). Sebaiknya pihak Pizza Hut memperhatikan kualitas dan penyajian produk sehingga tidak mendapatkan komplain untuk mengganti makanan dan minuman yang disajikan.
3. Pizza Hut harus mempertahankan pelanggan yang puas dengan memberi perhatian kepada pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara meminta *feedback* pelanggan berkaitan dengan ide produk baru yang diinginkan pelanggan sehingga dapat dipertimbangkan oleh pihak Pizza Hut.
4. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan dengan lebih rinci dan lebih baik lagi. Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan dengan menambah variabel Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Keputusan Pembelian, dan lain sebagainya sehingga dapat menghasilkan fakta baru yang dapat dipelajari oleh banyak orang.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.