# BAB V

# PENUTUP

## **Kesimpulan**

* + - 1. Dunkin Donuts memiliki kualitas layanan yang baik seperti karyawan cepat dan tepat dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, tempat yang bersih dan nyaman, dan karyawan dunkin donuts berpenampilan bersih dan rapih.
			2. Dunkin Donuts memiliki kualitas produk yang baik seperti roti dunki donuts dapat bertahan 1-2 hari, memiliki rasa yang khas, dan dunkin donuts jarang mengalami kegagalan dalam produksi
			3. Loyalitas pelanggan Dunkin Donuts pada level yang baik dapat dilihat dengan pelanggan membeli prdouk dunkin donuts lebih dari 1x.
			4. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan karena apabila kualitas layanan nya buruk, pelanggan tidak akan mau kembali datang ke Dunkin Donuts Rawamangun Jakarta Timur.
			5. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas apabila kualitas produknya buruk, pelanggan tidak akan membeli produk Dunki Donuts lagi.

## **Saran**

Dari keseluruhan uraian diatas, setelah menganalisa pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Dunkin Donuts. Maka selanjutnya akan diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Dunkin Donuts
	* + 1. Kualitas Produk Dunkin Donuts sudah cukup baik tetapi masih pada level yang masih rendah yaitu 3,42 dan di harapkan Dunkin Donuts dapat meningkatkan kualitas produk nya dengan menambah varian rasa dan bentuk nya.
			2. Secara spesifik yang harus ditingkatkan adalah daya tahan roti, warna, ukuran roti, penampilan, dan rasa karena masih pada level yang rendah.
			3. Mempertahankan kualitas layanan dan kualitas produk agar pelanggan loyal.
			4. Kualitas layanan Dunkin Donuts perlu ditingkatkan lagi.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti yang akan datang diharapkan dapat dilakukan lebih spesifik dengan menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner fisik maupun secara *online* sehingga hasil yang diperoleh lebih mewakili semua kalangan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat dikembangkan, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kompleks dan lebih baik lagi.