

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil pengolahan data dan Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan diuraikan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk di Pizza Hut baik.
2. Citra Merek di Pizza Hut baik.
3. Pizza Hut berhasil menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi.
4. Kualitas Produk terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
5. Citra Merek tidak terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Manajemen Pizza Hut
 - a. Pizza Hut diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang ada pada bisnis mereka, terus berinovasi menambah menu makanan yang bervariasi dan sesuai dengan selera masyarakat Indonesia, karena kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. Pizza Hut diharapkan dapat meningkatkan dan menjaga citra merek yang telah ada, karena citra merek memiliki pengaruh juga terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Ciri dari loyalitas pelanggan adalah adanya pelanggan yang membeli dan mengkonsumsi kembali secara berulang, maka diharapkan pihak manajemen selalu memperhatikan, mempertahankan, meningkatkan, serta mengembangkan kualitas produk dan citra merek yang ditawarkan kepada pelanggan agar tingkat loyalitas pelanggan semakin tinggi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penulis menyarankan agar penelitian berikutnya memilih objek yang sama dengan penelitian ini dapat melakukan penelitian pada lokasi, populasi, dan sampel yang lebih luas dan disarankan menambah variabel-variabel seperti kualitas layanan, harga, promosi, dan *brand ambassador*.

© Hak cipta milik IBI KKG (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.