



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen, yaitu citra merek dan kualitas produk, terhadap loyalitas konsumen terhadap merek KFC. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek KFC.
2. Kualitas produk menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek KFC.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Bagi KFC, penting untuk terus memperkuat citra merek melalui strategi pemasaran yang inovatif dan berfokus pada elemen-elemen utama seperti kekuatan, daya tarik, dan keunikan merek. Upaya ini dapat mencakup kampanye pemasaran yang kreatif, kolaborasi dengan figur publik, dan penyesuaian strategi komunikasi untuk mencerminkan nilai-nilai yang relevan dengan preferensi pelanggan. Selain itu, menjaga dan meningkatkan kualitas produk harus menjadi prioritas utama, dengan memastikan produk selalu konsisten dalam memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan, baik dari segi rasa, daya tahan, maupun estetika produk. Inovasi dalam menu, penggunaan bahan baku berkualitas, dan respons cepat terhadap umpan balik pelanggan juga dapat membantu memperkuat loyalitas merek.

1. Peneliti yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini harus 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.



2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar memperluas cakupan penelitian dengan mempertimbangkan variabel lain maupun menggunakan variabel mediasi yang juga berpotensi memengaruhi loyalitas merek,. Penelitian ini juga dapat diperluas dengan membandingkan merek KFC dengan kompetitor utama di industri makanan cepat saji untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif. Terakhir, menggunakan sampel yang lebih beragam dari segi lokasi geografis atau demografi dapat memberikan hasil yang lebih representatif dan relevan dalam konteks yang lebih luas. Dengan demikian, penelitian di masa depan diharapkan dapat melengkapi kekurangan yang ada dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.