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 IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh sebagai hasil pengolahan data dari Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen *Burger King* Mall Indonesia, Jakarta Utara dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin tinggi tingkat penilaian terhadap harga maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dimiliki maka loyalitas konsumen juga akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis dapat menyatakan hal – hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak – pihak terkait:

1. Bagi perusahaan *Burger King*

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu diharapkan *Burger King* dapat terus membuat produk yang sesuai bagi konsumen dan menciptakan kualitas layanan yang baik di benak konsumen. Namun masih ada konsumen yang tidak setuju bahwa harga yang ditawarkan *Burger King* sudah sesuai dengan produk yang ada. Dalam hal ini, pihak Burger King harus tanggap menghadapi hal ini, dan

meningkatkan inovasi produk yang akan disediakan kepada konsumen. Dalam kualitas pelayanan konsumen merasa bahwa para karyawan menyajikan makanan yang sudah dipesan belum tepat waktu. Sebaiknya pihak *Burger King* memikirkan hal ini, kecepatan dalam menyajikan makanan atau minuman yang dipesan konsumen sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, konsumen akan merasa senang dan puas apabila makanan atau minuman yang dipesan bisa datang tepat waktu. Kecekatan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen perlu diperhatikan, karena masih banyak konsumen yang merasa bahwa karyawan *Burger King* kurang cepat dalam menanggapi permintaan konsumen sehingga harapan konsumenpun belum terpenuhi di *Burger King*, sebaiknya *Burger King* memperhatikan apakah harapan yang dimiliki oleh konsumen terhadap *Burger King*, sehingga harapan konsumen dapat terpenuhi sehingga konsumen merasa puas terhadap *Burger King*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada harga, kualitas layanan dan loyalitas konsumen. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel seperti promosi, citra merek, minat beli ulang atau *brand trust* untuk mengetahui bagaimana persepsi dan tingkat kepercayaan konsumen mengenai nama sebuah Restaurant agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

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