

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas kesimpulan serta keterbatasan dan saran bagi penelitian mendatang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Manajemen kualitas yang terdiri dari dimensi *training*, informasi, *supply*, dan asistensi manajemen. Motivasi kewirausahaan yang terdiri dari dimensi tanggung jawab operasional, perasaan bangga, dan mencari keuntungan. Pengelolaan merek yang terdiri dari dimensi menjaga merek tetap baik, konsistensi merek, merek memiliki kekuatan dalam pemasaran dan merek memberi dukungan yang berkelanjutan. Secara bersama-sama sebelas dimensi ini, signifikan berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan *franchise*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi-dimensi ini merupakan satu kesatuan yang dapat berpengaruh pada kualitas hubungan *franchise* pada usaha *franchise* “Pisang ijo justmine”.
2. Secara parsial, dari sebelas dimensi yang diteliti (*training*, informasi, *supply*, asistensi manajemen, tanggung jawab operasional, perasaan bangga, mencari keuntungan, menjaga merek tetap baik, konsistensi merek, merek memiliki kekuatan dalam pemasaran dan merek memberi dukungan yang berkelanjutan) ada delapan dimensi yang tidak

berpengaruh signifikan terhadap kualitas hubungan *franchise* “Pisang ijo justmine” yaitu dimensi *supply*, tanggung jawab operasional, perasaan bangga, mencari keuntungan, menjaga merek tetap baik, konsistensi merek, merek memiliki kekuatan dalam pemasaran, dan merek memberi dukungan yang berkelanjutan. Sedangkan, dimensi *training*, informasi, dan asistensi manajemen berpengaruh signifikan terhadap kualitas hubungan *franchise* “Pisang ijo justmine”.

3. Dari hasil penelitian didapatkan adanya pengaruh besar dari variabel-variabel lain terhadap kualitas hubungan *franchise* “Pisang ijo justmine” yang diteliti pada penelitian ini. Variabel-variabel dapat berupa faktor-faktor internal dan external seperti strategi marketing, konsep *franchise*, ancaman dari pesaing, masalah pendanaan, keuangan, dan kinerja penjualan.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Untuk *Franchisee* dan *Franchisor*

Merujuk pada kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka saran penulis *franchisor* perlu selalu membuat pengembangan yang *advance* yakni sepuluh langkah didepan kompetitor. *Franchisor* juga disarankan untuk meneliti dan mengembangkan *business cconceptnya* yang berorientasi ke masa depan dan memikirkan dengan serius inovasi yang perlu dilakukannya. Karena selain mengikuti tren pasar, *franchisor* juga harus memastikan konsep dan keunikannya tetap terjaga. Sedangkan saran penulis untuk para *franchisee* turut melibatkan diri

dengan memberikan saran, menyumbangkan ide terbaiknya, melakukan *co creation* atau berkolaborasi untuk membuat pola marketing dan promosi yang jitu dengan pihak *franchisor* agar usaha *franchise* ini terus menjadi usaha yang dapat menghasilkan profit yang tinggi dan memiliki *life cycle* yang panjang.

5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Merujuk pada kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Menambahkan variabel-variabel berupa faktor-faktor internal dan external seperti strategi marketing, konsep *franchise*, ancaman dari pesaing, masalah pendanaan, keuangan, dan kinerja penjualan.
2. Penelitian kedepan dapat dikembangkan dengan meneliti usaha *franchise* yang bergerak dalam jenis usaha selain pisang ijo, seperti makanan, laundry, minuman, dan lain lain. Hal ini diperlukan agar dapat melihat perbedaaan kualitas hubungan dari *franchise-franchise* tersebut.
3. Penelitian ini berdasarkan subjektif responden *franchisee* yang membuka unit *franchise* “Pisang ijo justmine” di kota Bandung, akan lebih baik jika penelitian ini bisa dilakukan dengan sumber yang lebih luas dan data-data yang lebih objektif.