

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis pengaruh persepsi responden mengenai atribut produk *fried chicken* Popeye's terhadap niat beli ulang produk restoran Popeye's, maka beberapa kesimpulan yang dapat diambil, antara lain:

1. Secara umum, persepsi responden terhadap keseluruhan dimensi atribut produk *fried chicken* Popeye's adalah netral/ biasa-biasa saja. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata untuk seluruh dimensi atribut produk tersebut, memiliki nilai di bawah 3,00. Tetapi sebagian responden juga memiliki persepsi negatif terhadap atribut produk *fried chicken* Popeye's, khususnya terhadap bentuk, mutu kinerja, gaya, dan reputasi. Hal ini dapat terlihat dari nilai persentase terbesar kedua yang menunjukkan persepsi responden tersebut negatif.
2. Pada penelitian awal, penulis memasukan 5 dimensi sebagai atribut produk, yaitu bentuk (X_1), fitur (X_2), mutu kinerja (X_3), gaya (X_4), dan reputasi (X_5). Dimensi fitur (X_2), mutu kinerja (X_3), dan reputasi (X_5) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli ulang. Persamaannya yaitu $Y = 1,801 + 0,425X_1 - 0,144X_2 - 0,039X_3 + 0,549X_4 + 0,351X_5$. Dari persamaan tersebut diperoleh pengaruhnya untuk korelasi (R) sebesar 0,586 dan *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,315.

3. Atribut-atribut yang berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli ulang adalah bentuk (X_1) dan gaya (X_4). Tetapi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli ulang adalah dimensi gaya (X_4) sebesar 0.549. Gaya terlihat dari variabel-variabel tingkat menarik/ tidaknya warna *fried chicken* Popeye's, tingkat sedap/ tidaknya aroma *fried chicken* Popeye's, dan tingkat kekuatan aroma *fried chicken* Popeye's untuk membangkitkan selera makan. Hasil perhitungan ini diperoleh melalui analisis kuantitatif dengan menggunakan regresi berganda.

Melalui pembahasan yang telah dilakukan pada nomor 3, dapat dilihat bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen (Y) adalah Gaya (X_4), yaitu sebesar 0,549.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang dilakukan, maka beberapa saran dapat dijadikan masukan bagi pemilik restoran Popeye's, antara lain:

1. Bagi pemilik restoran Popeye's, sebaiknya pihak restoran tetap konsisten dalam memproduksi *fried chicken* dan memperbaharui serta meningkatkan dimensi bentuk dan gaya, yang mempengaruhi niat beli ulang.
2. Untuk dimensi bentuk dan gaya, pihak restoran harus senantiasa memperbaharui produk *fried chickennya* meliputi: memproduksi ukuran *fried chicken* yang lebih besar, memperbaiki warna *fried chicken* lebih menarik dan aroma *fried chicken* yang lebih sedap untuk membangkitkan selera makan konsumen. Hal ini disebabkan oleh terdapatnya keinginan konsumen untuk mengonsumsi produk *fried chicken* yang memuaskan dari restoran Popeye's.
3. Setelah restoran Popeye's memperbaiki serta meningkatkan atribut produk *fried chicken* Popeye's, pihak restoran juga harus membuat konsep *fried chicken* yang lebih baik dimulai dari rasa yang lebih enak, warna yang menarik, aroma yang lebih sedap, ukuran yang lebih besar, kandungan minyak yang sesuai, dan bumbu

yang lebih meresap pada ayam. Pihak restoran juga harus menambah promosi lagi bukan hanya menggunakan *fliers* tetapi menggunakan media elektronik juga seperti: iklan TV dan memasang *billboard* agar konsumen lebih mengetahui keberadaan restoran Popeye's. Selain itu, pihak restoran dapat melakukan pendekatan kepada konsumen dengan memberitahukan konsumen bahwa Popeye's telah meningkatkan kualitas atribut produk Popeye's, dan mengajak konsumen untuk kembali mengkonsumsi produk dari Popeye's, agar reputasi dari restoran Popeye's dapat meningkat.