

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis terhadap data-data yang didapatkan selama penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh rumah Makan “FAN-YU” Kota Karawang sudah berjalan baik, yang mana sebagian besar pelanggan memberikan tanggapan setuju mengenai *product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence*. Tetapi pada kegiatan promosi masih ada kekurangan, karena jawaban pelanggan banyak yang ragu-ragu, hal ini disebabkan rumah makan “FAN YU” kurang melakukan promosi melalui media massa
2. Loyalitas pelanggan di rumah makan “FAN YU” sudah baik, hal ini dilihat dari tanggapan pelanggan mengenai pelanggan selalu melakukan pembelian secara teratur di rumah makan “FAN YU”. Kemudian pelanggan membeli di luar lini produk /jasa, di samping itu pelanggan menolak produk lain dan kebal terhadap daya tarik pesaing dan berusaha menarik pelanggan baru untuk makan di rumah makan “FAN YU”
3. Besar pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di rumah makan “FAN YU” adalah 0,815, sedang besarnya dimensi *product* terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,052, kemudian besar pengaruh *place* terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,201. Selanjutnya besarnya

pengaruh *promotion* terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,318. *Price* juga memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,401, dan *people* yang berkerja di rumah makan “FAN YU” memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,357. *Process* yang dilakukan oleh rumah makan “FAN YU” dalam menyiapkan pesan pelanggan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,094, dan *physical evidence* memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen Rumah Makan “FAN-YU” Kota Karawang adalah sebesar 0,113. Secara keseluruhan bahwa bauran pemasaran mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di rumah makan “FAN YU”

4. Dimensi bauran pemasaran, yaitu *product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence* yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Rumah Makan “FAN-YU” Kota Karawang adalah harga (*price*).

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan terhadap data-data yang ditemukan selama penelitian maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada rumah makan “FAN YU” perlu meningkatkan menu yang bervariasi lagi agar pelanggan dapat memilih menu yang diinginkannya.
2. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa promosi melalui media masa yang dilakukan oleh rumah makan “FAN YU” masih kurang, oleh sebab itu perlu

dilakukan promosi pemasaran melalui media masa dari rumah makan “FAN YU” agar tidak dikenal di Karawang saja, tetapi kota-kota yang ada disekitar kota Karawang untuk meningkatkan penjualan perusahaan.