

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang sudah dicantumkan di bab sebelumnya, maka dengan ini penelitian dapat merangkum hasil penelitian dalam bentuk kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas pelayanan konsumen Domino's Pizza sebagian besar setuju terhadap pelayanan yang telah diberikan kecuali memilih netral atas jaminan/ganti rugi yang disediakan jika produk atau pelayanan kurang dan juga memilih netral atas fasilitas pendukung yang disediakan Domino's Pizza. Sedangkan citra merek konsumen Domino's Pizza mayoritas mengatakan setuju terhadap citra yang dimiliki Domino's Pizza. Begitu juga dengan pembelian ulang konsumen Domino's Pizza mayoritas mengatakan setuju untuk melakukan pembelian lebih dari dua kali.

Dalam penelitian berdasarkan hasil pengujian data menggunakan metode regresi berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan telah memenuhi kriteria yang ditetapkan, oleh karena itu, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang konsumen Domino's Pizza di kota Bandung pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Hasil tersebut memiliki makna, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen terhadap objek yang diamati, semakin tinggi pula pembelian ulang dari konsumen. Disamping itu, penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga dapat menunjukkan hasil pengolahan data variabel citra merek telah memenuhi kriteria yang ditetapkan, oleh karena itu, terdapat pengaruh citra merek terhadap pembelian ulang konsumen Domino's Pizza di kota Bandung pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Hasil tersebut memiliki

makna, semakin tinggi citra yang dimiliki objek penelitian pada persepsi konsumen, semakin tinggi pula pembelian ulang dari konsumen.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil penelitian dari peneliti, bagi perusahaan ritel, penting untuk memperhatikan bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen agar konsumen merasa puas dan mau untuk terus melakukan pembelian ulang pada ritel tersebut. Disamping itu, perusahaan juga perlu untuk menjaga citra merek yang dimiliki agar tetap dapat positif dan memperoleh tanggapan yang baik dari konsumen; hal ini disebabkan perusahaan dengan memiliki citra merek yang baik, memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada ritel/perusahaan tersebut.

Pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen serta pentingnya citra merek yang baik menurut pandangan konsumen, maka peneliti menyarankan, bagi pemasaran, melakukan perencanaan kemudian melakukan implementasi serta pengukuran dari program komunikasi pemasaran secara tepat. Komunikasi pemasaran dapat digunakan untuk membangun atau mempertahankan citra merek yang ada. Salah satu bentuk program komunikasi pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan merancang publisitas dengan media iklan baik media cetak, elektronik ataupun sosial yang mengekspos kelebihan-kelebihan dari Domino's Pizza bila dibandingkan dengan produk-produk pesaing.

Bagi produksi, dalam rangka membangun citra merek yang kuat, bagian produksi perlu untuk menyajikan hidangan sesuai dengan Standar Operasional Perusahaan, dimana dengan melakukan segala sesuatunya sesuai dengan SOP yang ada, hal tersebut akan membuat hidangan yang disajikan sesuai dengan standar yang ada untuk kemudian dapat

memuaskan konsumen. Kepuasan dari konsumen ketika mengkonsumsi Domino's Pizza, akan menjadi stimulus yang membuat citra dari Domino's Pizza menjadi kuat dan positif di benak konsumen.

Bagi sumber daya manusia, peran dari manajemen sumber daya manusia sangat penting untuk dapat menjadikan kualitas pelayanan dari Domino's Pizza menjadi baik. Pihak manajemen sumber daya manusia perlu melakukan perekrutan yang tepat agar sesuai dengan nilai serta budaya yang ada pada Domino's Pizza, ataupun pihak manajemen dapat melakukan pelatihan-pelatihan serta pengarahan-pengarahan untuk dapat membentuk karyawan; sehingga dari sana, karyawan dapat memberikan pelayanan terbaik pada konsumen.

