

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dalam penelitian ini dengan cara survey pada konsumen dengan memberikan kuesioner dan setelah diolah mengenai pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen Warunk UpNormal di Ujungberung Bandung, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan pernyataan dari citra merek :

(1) Tanggapan para responden tentang pernyataan “Warunk Upnormal merupakan tempat makan yang inovatif dan kreatif” secara umum menjawab setuju dengan presentase sebesar 50% sebanyak 50 orang. Dengan kata lain konsumen Warunk UpNormal di Ujungberung Bandung setuju bahwa Warunk UpNormal merupakan tempat makan yang inovatif dan kreatif.

(2) Tanggapan responden terhadap pernyataan bahwa Warunk Upnormal memiliki cabang penjualan yang banyak secara umum responden menjawab setuju dengan jumlah presentase sebesar 55% dari 100 responden. Dengan kata lain konsumen Warunk UpNormal mengetahui bahwa Warunk UpNormal memiliki cabang penjualan yang tersebar di wilayah Bandung.

(3) Tanggapan responden terhadap pernyataan bahwa pelayanan dari warunk upnormal baik secara umum responden menjawab sangat setuju dengan presentase

jawaban sangat setuju sebesar 54% dari 100 responden. Dengan kata lain responden senang terhadap pelayanan dari warunk upnormal yang baik.

(4) Tanggapan responden terhadap pernyataan makanan dan minuman yang dijual di Warunk Upnormal Ujungberung Bandung sesuai dengan harapan para konsumen secara umum responden menjawab setuju dengan presentase 45% dari 100 responden. Dengan kata lain makanan dan minuman yang dijual di Warunk Upnormal Ujungberung Bandung sesuai dengan harapan para responden.

(5) Tanggapan responden terhadap pernyataan Warunk Upnormal tanggap terhadap keluhan para konsumennya secara umum responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 48% dari 100 responden. Dengan kata lain responden merasa keluhan yang disampaikan kepada warunk upnormal ditanggapi dengan sangat baik oleh pihak Warunk Upnormal.

(6) Tanggapan responden terhadap pernyataan Warunk UpNormal menjadi nama pertama yang diingat jika ingin makan olahan mie instan secara umum responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 50% dari 100 responden. Dengan kata lain jika responden ingin makan olahan mie instan nama tempat makan pertama yang mereka ingat atau ketahui yaitu Warunk Upnormal.

(7) Tanggapan responden terhadap pernyataan makanan dan minuman yang disajikan di Warunk UpNormal Ujungberung Bandung bersih dan enak secara umum responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 50% dari 100 responden. Dengan kata lain warunk upnormal menyajikan makanan dan minuman dengan kualitas yang bersih dan enak.

(8) Tanggapan responden terhadap pernyataan design interior dan exterior di Warunk UpNormal menarik dan nyaman secara umum responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 50% dari 100 responden. Dengan kata lain warunk upnormal ujungberung bandung memiliki design interior dan exterior yang menarik bagi para responden serta memberikan kenyamanan kepada responden.

Berdasarkan pernyataan dari loyalitas konsumen:

(1) Tanggapan responden terhadap pernyataan bersedia datang kembali ke Warunk UpNormal secara umum responden menjawab setuju dengan presentase 51% dari 100 responden. Dengan kata lain sebagian besar responden bersedia datang kembali ke Warunk UpNormal.

(2) Tanggapan responden terhadap pernyataan bersedia mengajak kerabat dan teman berkunjung ke Warunk UpNormal secara umum responden menjawab setuju dengan presentase 57% dari 100 responden. Dengan kata lain sebagian besar responden bersedia mengajak kerabat dan teman berkunjung ke Warunk UpNormal.

(3) Tanggapan responden terhadap pernyataan puas terhadap pelayanan serta makanan dan minuman yang ditawarkan di Warunk UpNormal secara umum responden menjawab setuju dengan presentase 57% dari 100 responden. Dengan kata lain sebagian besar responden puas terhadap pelayanan serta makanan dan minuman yang ditawarkan di Warunk UpNormal.

(4) Tanggapan responden terhadap pernyataan bersedia memberikan informasi tentang Warunk UpNormal kepada kerabat dan teman secara umum

responden menjawab setuju dengan presentase 46% dari 100 responden. Dengan kata lain sebagian besar responden bersedia memberikan informasi tentang Warunk UpNormal kepada kerabat dan teman.

Dari hasil pengamatan dan hasil data yang telah diolah, maka hasil yang didapatkan adalah citra merek memiliki pengaruh yang memiliki keeratan yang cukup berarti terhadap loyalitas konsumen di Warunk UpNormal Ujungberung dengan besarnya pengaruh sebesar 46,9% dan memiliki hubungan searah dan memiliki keeratan cukup berarti sebesar 0,689.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Warunk UpNormal merupakan tempat makan yang sangat inovatif dan kreatif dalam design maupun produk (makanan dan minuman). Tetap pertahankan citra merek tersebut dan lebih kreatif serta inovatif dalam mengolah tempat dan produk yang dimiliki. Jangan berhenti dalam satu menu atau promo yang diberikan kepada konsumen. tingkatkan lagi pelayanan dan hadapi setiap keluhan konsumen ke depannya.

Dari Hasil penelitian yang didapat semua aspek dari pernyataan di setiap dimensi citra merek dan loyalitas terlihat bahwa Warunk UpNormal memenuhi setiap kriteria tempat makan yang baik seperti makanan dan minuman yang dijual

sesuai dengan harapan para konsumen, makanan dan minuman yang disajikan bersih dan enak, design interior serta eksterior dari Warunk Upnormal yang sesuai dengan keinginan para konsumen, pelayanan serta tanggapan konsumen ditanggapi dengan baik oleh Warunk UpNormal. secara tidak langsung konsumen puas serta bersedia kembali dan mengajak teman dan kerabat kembali berkunjung ke Warunk Upnormal.

2. Implikasi Manajerial

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih dalam lagi dengan cara menambahkan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Selain itu juga bisa dengan menambahkan jumlah responden yang lebih luas agar hasil pengujian dapat mendapatkan hasil yang maksimal.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dengan pengambilan sample responden yang sedang berada di Warunk UpNormal Ujungberung.
2. Variabel yang diteliti hanya sedikit. Untuk penelitian lebih lanjut dapat megembangkan lebih dalam, menambahkan variabel-variabel lain seperti variable mediasi kepuasan pelanggan yang dimasukan sebagai variable mediasi bagi citra merek terhadap loyalitas konsumen
3. Untuk penelitian lebih lanjut ruang lingkup penelitian dapat di maksimalkan dan pemilihan responden dapat diperluas. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey menggunakan kuesioner.

