

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tipe loyalitas terbanyak yang dimiliki oleh pelanggan Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung yaitu tipe *loyalty*.
2. Pelanggan yang termasuk ke dalam tipe *loyalty* merasa bahwa Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung memiliki kekhasan dan berbeda dengan Rumah Makan ayam goreng lainnya. Perilaku pembelian ulangnya juga tergolong tinggi dan memiliki keinginan yang tinggi untuk merekomendasikan produk Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung kepada orang lain.
3. Tipe loyalitas yang paling sedikit dimiliki oleh pelanggan Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung yaitu tipe *spurious loyalty*.
4. Pelanggan dengan tipe *spurious loyalty* merasa bahwa Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung tidak memiliki kekhasan dibandingkan dengan Rumah Makan ayam goreng lainnya, namun pelanggan menunjukkan keinginan untuk merekomendasikan Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung.
5. Faktor harga produk Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung dan faktor penawaran dari Rumah Makan ayam goreng lain mendukung terbentuknya repeat patronage yang tinggi pada pelanggan dengan tipe *loyalty*.
6. Faktor harga produk Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung, faktor penawaran di Rumah Makan ayam goreng lainnya, faktor ketersediaan stok makanan di Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung, faktor frekuensi

mengunjungi Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung, dan pentingnya mengkonsumsi Ayam Goreng cabang Cipaganti Bandung merupakan beberapa faktor yang menyebabkan terbentuknya *repeat patronage* yang rendah pada pelanggan dengan tipe *latent loyalty*.

7. Faktor penawaran yang ada di Rumah Makan ayam goreng lain, faktor ketersediaan stok makanan di Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung, faktor kebiasaan teman, faktor frekuensi mengunjungi Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung dan faktor pentingnya mengkonsumsi Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung merupakan beberapa faktor yang menyebabkan terbentuknya *repeat patronage* yang rendah pada pelanggan dengan tipe *no loyalty*.
8. Faktor harga produk Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung, faktor penawaran dari Rumah Makan ayam goreng lain, faktor ketersediaan stok makanan di Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung, faktor kebiasaan keluarga, faktor kebiasaan teman, faktor frekuensi mengunjungi Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung dan faktor pentingnya mengkonsumsi Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung mendukung terbentuknya *repeat patronage* yang tinggi pada pelanggan dengan tipe *spurious loyalty*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, beberapa saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya adalah:

1. Mengupayakan untuk mencari lebih banyak sumber untuk menjadi acuan teoritis.
2. Lebih mencermati pemilihan produk atau tempat penelitian yang lebih dibutuhkan terkait loyalitas pelanggan.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi pihak restoran Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung, berikut beberapa saran yang dapat disimpulkan terkait penelitian mengenai tipe loyalitas pelanggan terhadap Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung :

1. Menurut pelanggan tipe *loyalty* hal yang perlu dipertahankan oleh pengelola Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung yaitu suasana, kebersihan, dan pelayanan yang cepat di Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung. Sedangkan hal yang perlu ditingkatkan menurut pelanggan tipe *loyalty* yaitu ketersediaan stok untuk produk yang paling sering dibeli oleh pelanggan dan memperluas penawaran promo.
2. Menurut pelanggan tipe *latent loyalty* hal yang perlu dipertahankan oleh pengelola Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung yaitu fasilitas, kebersihan, pelayanan, dan bangunan khas yang diberikan oleh Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung. Sedangkan hal yang perlu ditingkatkan menurut pelanggan tipe *latent loyalty* yaitu penawaran yang diberikan oleh Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti dan perbandingan harga jika dibandingkan dengan Rumah Makan ayam goreng lainnya.
3. Menurut pelanggan tipe *no loyalty* hal yang perlu ditingkatkan oleh pengelola Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung yaitu kekhasan Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung, harga jika dibandingkan dengan Rumah Makan ayam goreng lainnya, dan ketersediaan stok.
4. Menurut pelanggan tipe *spurious loyalty* hal yang perlu ditingkatkan oleh pengelola Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung kekhasan Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung dan suasana yang diberikan oleh Ayam Goreng Ny. Suharti cabang Cipaganti Bandung.