

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penulis melakukan penelitian ini dengan maksud dan tujuan untuk dapat mengetahui apakah *Customer Based Brand Equity* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Surya Sumantri atau tidak. Kesimpulan yang dapat diambil setelah pengolahan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 diterima karena memiliki nilai sig. 0.000 yang berarti *Customer Based Brand Equity* memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen KFC Surya Sumantri Bandung. *Customer Based Brand Equity* memiliki pengaruh sebesar 51,7% terhadap Kepuasan Konsumen KFC Surya Sumantri Bandung.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain:

1. Keterbatasan waktu karena penelitian ini hanya berlangsung selama 3 bulan sejak bulan September hingga Desember 2017.
2. Keterbatasan responden karena penulis hanya memiliki 107 responden dari mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang tidak dapat mewakilkan semua konsumen KFC di seluruh Indonesia.

3. Penelitian ini hanya terbatas pada pembelian berdasarkan variabel independennya yaitu *Customer Based Brand Equity*, dan variabel dependennya yaitu Kepuasan Konsumen.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

#### **5.3.1 Saran untuk Perusahaan**

Saran untuk perusahaan antara lain:

1. Meningkatkan *Customer Based Brand Equity* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen KFC Surya Sumantri.

#### **5.3.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya**

Saran untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain yang lebih efektif dalam mengumpulkan data.
3. Peneliti selanjutnya dapat mencari lebih banyak responden supaya dapat mewakili seluruh konsumen KFC di Indonesia.