

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

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

1. Gambaran tipe *customer loyalty* pada *customer* 'X' di Kota Bandung dimulai dari yang persentase terbanyak hingga tersedikit adalah *no loyalty*, *loyalty*, *latent loyalty*, dan *spurious loyalty*.
2. *Customer* yang termasuk ke dalam tipe *no loyalty* memiliki *attitudinal strength* (evaluasi penilaian positif) yang lemah terhadap 'X' dan *customer* menilai bahwa produk 'X' tidak berbeda dengan merek lainnya yang serupa (*attitudinal differentiation*), sejalan dengan perilaku pembelian ulang yang ditunjukkan yaitu frekuensi pembelian ulang produk 'X' yang rendah dan tidak konsisten dalam melakukan pembelian ulang tersebut.
3. *Customer* yang termasuk ke dalam tipe *loyalty* memiliki *attitudinal strength* (evaluasi penilaian positif) yang kuat terhadap 'X' dan *customer* menilai bahwa produk 'X' berbeda dengan merek lainnya yang serupa (*attitudinal differentiation*), yang juga sejalan dengan frekuensi pembelian ulang yang tinggi dan konsisten untuk melakukan pembelian ulang produk 'X' dalam kondisi apapun.
4. *Customer* yang termasuk ke dalam tipe *latent loyalty* memiliki *attitudinal strength* (evaluasi penilaian positif) yang kuat, serta *customer* menilai bahwa

produk 'X' cukup berbeda dengan merek lainnya yang serupa (*attitudinal differentiation*). Dengan demikian mereka memiliki *relative attitude* yang tinggi. Sementara perilaku pembelian ulangnya tergolong rendah karena frekuensi pembelian ulang produk 'X' rendah dan tidak konsisten dalam melakukan pembelian ulang tersebut.

5. *Customer* yang termasuk ke dalam tipe *spurious loyalty* memiliki *attitudinal strength* (evaluasi penilaian positif) yang lemah terhadap 'X', namun *customer* masih menganggap bahwa produk 'X' berbeda dengan merek lainnya yang serupa (*attitudinal differentiation*). Meskipun demikian, *relative attitude* tipe ini tergolong rendah. Sementara perilaku pembelian ulang yang ditunjukkan tergolong tinggi karena frekuensi pembelian ulang terhadap produk 'X' adalah tinggi dan didukung konsistensi pembelian ulang produk 'X' tersebut.
6. Tidak terdapat kekhasan pada setiap tipe *customer loyalty* untuk seluruh faktor yang memengaruhi *customer* dalam melakukan pembelian ulang produk 'X'.
7. Pada semua tipe *customer loyalty*, *customer* menyarankan untuk mengutamakan agar Toko Kue 'X' mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan rasa produk.
8. Pada semua tipe *customer loyalty*, *customer* menyarankan agar Toko Kue 'X' memperbanyak variasi produknya.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Teoretis

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

1. Meneliti lebih spesifik mengenai hal-hal yang berhubungan dengan *repeat patronage*.
2. Meneliti mengenai hal-hal yang berhubungan dengan *relative attitude*.
3. Agar pembuatan kuesioner mengenai hal-hal yang berhubungan dengan *repeat patronage*, khususnya faktor harga dan gaya hidup, dapat lebih spesifik sehingga data yang diperoleh lebih jelas.
4. Agar bahasa yang digunakan dalam kuesioner tidak terlalu teoretis sehingga mudah dimengerti oleh responden pada umumnya.
5. Lebih mengupayakan untuk mencari lebih banyak sumber untuk menjadi acuan teoretis.

### 5.2.2 Saran Praktis

Bagi pihak Toko Kue 'X', berikut beberapa saran yang dapat disampaikan terkait penelitian mengenai tipe *customer loyalty* terhadap Toko Kue 'X' di Kota Bandung:

1. Mencermati *customer* tipe *no loyalty* dan *spurious loyalty* yang tidak menganggap produk 'X' berbeda dengan merek lainnya, maka peneliti menyarankan agar Toko Kue 'X' mengembangkan kekhasan rasa produknya sehingga 'X' memiliki nilai lebih dan memberikan ciri khas

pada 'X' yang membuat *customer* melihat produk 'X' berbeda dengan produk merek lainnya.

2. Berdasarkan saran yang diberikan oleh *customer* pada semua tipe *customer loyalty*, Toko Kue 'X' diharapkan agar dapat memperbanyak variasi produknya.
3. Meningkatkan *repeat patronage* pada *customer* tipe *no loyalty* di Toko Kue 'X' dan *latent loyalty* yang masih rendah dengan cara mengadakan promosi menarik untuk produk kuenya.