

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian kali ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *brand trust* pada restoran cepat saji KFC Surya Sumantri. Metode analisa yang digunakan adalah metode analisis validitas dan reliabilitas dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 16.0. dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner sebanyak 120 lembar kuesioner yang diisi oleh konsumen yang pernah mengunjungi KFC Surya Sumantri.

Berdasarkan hasil penelitian yang, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat factor yang signifikan antara *service quality* terhadap *brand trust* dengan total pengaruh sebesar 3.8% dan besarnya pengaruh dari factor lain adalah sebesar 96.2 %.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dapat diketahui dalam penelitian peneliti mengambil beberapa saran yaitu akan lebih baik apabila mengkombinasikan penelitian ini dengan factor-faktor lain seperti kualitas makanan, harga menurut Gupta et all, 2007. Selain itu menurut Smith dan Wright , 2004 menyatakan reputasi merek adalah merupakan suatu factor penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Saran- saran yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

1. Saran peneliti terhadap KFC Surya Sumantri adalah tetap mengutamakan kualitas layanan terhadap konsumen. Di mana dengan adanya layanan yang baik akan meningkat juga jumlah konsumen yang datang.

2. Keramahan karyawan KFC Surya Sumantri yang harus dipertingkatkan lagi di mana berdasarkan pengamatan peneliti, ada beberapa karyawan yang tidak begitu *friendly* dengan konsumen terutamanya dengan karyawan yang menjaga di bagian *cashier*.
3. Diharapkan juga KFC Surya Sumantri bisa mengatasi masalah-masalah terhadap fasilitas konsumen seperti WC dimana sering menghadapi *problem* (wc lantai dasar).
4. Selain itu jga diharapkan KFC Surya Sumantri bisa mempertingkatkan pelayanan yaitu *delivery service* dan mengadakan kemudahan pembayaran via *credit card*. Hal- hal ini dapat mempertingkatkan kesetiaan dan kepuasan konsumen dengan tidak harus ke ATM untuk mengambil uang.