

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Dari 100 konsumen KFC Indonesia di wilayah Jakarta Timur terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu kelompok yang tidak puas dan kelompok yang puas. Hal yang menyebabkan konsumen tidak puas dan puas diantaranya *brand image*, harga dan variasi produk. Secara keseluruhan *brand image*, harga dan variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji *Wilk's Lambda* yang memiliki nilai Sig. sebesar 0,000. Pada analisis diskriminan, jika nilai Sig. kurang dari 0,05 maka dinyatakan variabel-variabel tersebut berpengaruh secara bersamaan. Variabel yang paling dominan membedakan diantara dua kelompok konsumen restoran KFC Indonesia di wilayah Jakarta Timur yaitu *brand image* dan harga. Hubungan antara *brand image*, harga dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen dikategorikan kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Eigenvalues* pada nilai *Canonical Correlation* sebesar 0,726.

5.2 Saran

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

1. Dimana konsumen yang puas dan tidak puas dipengaruhi oleh variabel *brand image*, harga dan variasi produk. Namun, variabel yang paling dominan membedakan diantara dua kelompok konsumen KFC Indonesia di wilayah Jakarta Timur yaitu variabel *brand image* dan harga. Sebaiknya restoran KFC Indonesia di wilayah Jakarta Timur dapat mempertahankan dan meningkatkan *brand image* yang telah dimiliki di restoran dan menetapkan harga yang rasional. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meminimalisir konsumen yang tidak puas di restoran KFC Indonesia di wilayah Jakarta Timur.