

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Hasil penelitian di KFC BG Junction yang telah disajikan sebelumnya, maka kesimpulan yang didapat antara lain:

1. Karakteristik konsumen KFC BG Junction dari hasil penelitian yang dilakukan adalah umumnya berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa yang pendapatan rendah tetapi suka aktivitas di luar rumah. Sehingga perlu dibuatkan strategi berdasarkan konsumennya umumnya.
2. Selera konsumen KFC BG Junction, pada umumnya adalah menyukai rasa pedas ayam *crispy* bagian paha atas, sedangkan menu sampingan paling disukai adalah kentang goreng dan minuman yang digemari float mocha. Serta metode pembayaran sering digunakan ialah tunai.
3. Sikap konsumen terhadap produk KFC BG Junction dengan nilai Sikap total (Ao) sebesar 366 dengan interpretasi "Suka" yang berarti menyukai produk KFC.
4. Tingkat kepuasan konsumen KFC terhadap produk sebesar 73,23 persen yang artinya konsumen "Puas". Bauran produk mempunyai tingkat kinerja dan kepentingan yang tinggi, sedangkan bauran promosi mempunyai tingkat kinerja dan kepentingan yang rendah dibanding atribut bauran lain sehingga mempengaruhi kepuasan.
5. Hasil perhitungan IPA nilai kepentingan konsumen rata-rata adalah 4,31, dan bauran produk berada di Kuadran II dengan nilai kepentingan 4,72. Jadi dapat dikatakan kepentingan konsumen lebih besar dari kinerja yang diberikan KFC. Sehingga pihak KFC dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja bauran produk agar lebih memuaskan konsumen

karena menjadi hal paling penting. Serta atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah bauran bukti fisik dan promosi guna meningkatkan kepuasan konsumen.

#### **4.2 Saran**

1. Pihak KFC harus memperbaiki atribut bauran pemasaran berdasarkan prioritas yang terletak di kuadran I (Prioritas Utama) yaitu atribut ketersediaan dan kebersihan toilet, setelah itu baru memperbaiki kuadran III (Prioritas Rendah) yaitu Kecepatan menanggapi keluhan, Dekorasi Restoran, Variasi produk, Porsi makanan, Parkir yang luas, Promosi dan media sosial, Harga Produk, Papan nama, dan Bundling dengan CD artis. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Pihak KFC harus mempertahankan atribut bauran pemasaran yang berada pada kuadran II (Pertahankan Prestasi): Cita rasa, Bersertifikat halal, Kebersihan restoran, Kenyamanan restoran, Keramahan kesopanan karyawan, Kesigapan karyawan, Lokasi restoran strategis, dan menurunkan kinerja yang berada pada kuadran IV (Berlebihan): Kecepatan penyajian, Kecepatan transaksi pembayaran, Penampilan Karyawan, dan Penampilan produk kemasan dan mengalokasikan pada atribut bauran pemasaran yang kinerja berada di Kuadran I dan III.