

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Product Bundling, dan Desain Kemasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk Mie Gacoan di Kota Madiun, dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan. Makanan yang memiliki rasa yang konsisten, menggunakan bahan berkualitas, dan menyajikan produk yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan mampu menciptakan kepuasan yang tinggi. Kepuasan ini selanjutnya mendorong pembelian berulang dan menciptakan loyalitas pelanggan.

##### **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kualitas pelayanan juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam konteks Mie Gacoan, pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan berperan besar dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan.

##### **3. Pengaruh Product Bundling terhadap Loyalitas Pelanggan**

Product bundling atau pengemasan produk dalam paket-paket tertentu juga berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi bundling yang dilakukan oleh Mie Gacoan, dengan menawarkan

berbagai pilihan menu yang dikemas dalam satu paket dengan harga yang lebih terjangkau, memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Ini berfungsi untuk menarik lebih banyak pelanggan yang mencari nilai tambah dari setiap pembelian.

#### 4. Pengaruh Desain Kemasan terhadap Loyalitas Pelanggan

Desain kemasan terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemasan yang menarik dan fungsional tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga memainkan peran penting dalam menarik perhatian pelanggan dan memberikan pengalaman visual yang menyenangkan. Desain kemasan yang inovatif dan sesuai dengan karakter produk, seperti kemasan yang praktis dan mudah dibawa, menciptakan kesan yang lebih baik bagi pelanggan.

### **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini terdapat keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada pelanggan Mie Gacoan yang berada di Kota Madiun,
2. Penelitian hanya akan fokus pada empat variabel independen, yaitu: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Product Bundling*, Desain Kemasan

### **C. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian dapat memberikan beberapa implikasi sebagai berikut Adanya Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Product Bundling*

Dan Desain Kemasan, Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam pembelian produk mie gacoan di Kota Madiun.

#### **D. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Product Bundling Dan Desain Kemasan, Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Produk Mie Mie Gacoan Di Kota Madiun), berikut ini adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk pihak terkait, yaitu konsumen, Mie Gacoan, universitas, dan peneliti selanjutnya:

##### **1. Bagi Konsumen**

- a. **Aktif dalam Memberikan Umpan Balik:** Konsumen disarankan untuk lebih aktif dalam memberikan umpan balik mengenai kualitas produk, pelayanan, dan desain kemasan.
- b. **Mempertimbangkan Kualitas Pelayanan dalam Membuat Keputusan Pembelian:** Konsumen sebaiknya memperhatikan dan menilai kualitas pelayanan yang mereka terima, karena hal ini memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas mereka.

##### **2. Bagi Mie Gacoan**

- a. **Meningkatkan Kualitas Pelayanan Secara Berkelanjutan:** Mie Gacoan perlu terus memperhatikan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa dihargai dan puas.
- b. **Inovasi dalam Desain Kemasan:** Untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas, desain kemasan harus terus diubah sesuai dengan perkembangan tren pasar dan preferensi konsumen.

- c. **Menyesuaikan Menu dengan Preferensi Lokal:** Mengingat Mie Gacoan telah tersebar di berbagai kota, termasuk Kota Madiun, penting untuk menyesuaikan pilihan menu dengan selera lokal, serta mempertimbangkan promosi dan program loyalitas untuk menarik konsumen lebih banyak.

### 3. Bagi Universitas

- a. **Pengembangan Kurikulum Pemasaran dan Manajemen Bisnis:** Universitas sebaiknya memperbarui kurikulum dan memasukkan lebih banyak topik terkait dengan penelitian perilaku konsumen, strategi pemasaran makanan, serta pengelolaan merek dalam konteks bisnis kuliner.
- b. **Kolaborasi dengan Industri:** Universitas dapat menjalin kemitraan dengan perusahaan untuk melakukan penelitian bersama, magang, dan pengembangan produk, sehingga mahasiswa dapat belajar langsung dari pengalaman dunia industri dan memberi kontribusi nyata pada perusahaan.
- c. **Fasilitasi Penelitian Lebih Lanjut tentang Konsumen:** Universitas dapat memberikan ruang dan fasilitas bagi mahasiswa atau peneliti untuk melakukan riset lebih mendalam.

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti harga, promosi, atau faktor emosional dalam hubungan pelanggan dengan merek.

- b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode yang lebih beragam, seperti wawancara mendalam atau studi kasus untuk mendapatkan data kualitatif yang lebih rinci tentang pengalaman pelanggan di Mie Gacoan.
- c. Peneliti selanjutnya dapat melakukan studi banding antara cabang Mie Gacoan di Kota Madiun dengan cabang di kota lain untuk melihat apakah ada perbedaan dalam persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, pelayanan, dan loyalitas, yang dapat memberikan informasi tambahan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pelanggan.