

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan secara parsial antara cara masak, cara penyajian, tampilan makanan dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil pengambilan data 60 sampel dari pengunjung Setu Babakan yang pernah membeli kerak telur sebagai responden, seperti yang telah diuraikan di bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Cara masak membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat beli kerak telur hal ini ditunjukkan bahwa dengan cara masak yang unik belum tentu membuat pengunjung setu babakan ingin membeli kerak telur
2. Cara penyajian membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa cara penyajian yang menarik tidak berpengaruh kepada minat beli, dikarenakan bentuk kerak telur memiliki ciri khas yang biasa dan representasikan ke khasan makanan tradisional betawi.
3. Tampilan makanan membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat beli hal ini menunjukkan bahwa tekstur makanan dan tampilan makanan dengan menggunakan wadah yang lebih baik dan menarik akan menarik minat beli konsumen khususnya pengunjung Setu Babakan.
4. Cita rasa membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat beli hal ini menunjukkan bahwa cita rasa yang khas dari kerak telur akan mempengaruhi minat beli dari kerak telur
5. Minat beli membuktikan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering pengunjung membeli kerak telur maka semakin loyal pembelian terhadap kerak telur

6. Cara masak membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa cara masak yang unik dan khas terhadap kerak telur akan membuat semakin loyal dan dinikmati oleh konsumen pencinta kerak telur.
7. Cara penyajian membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk dan bahan kemasanyang digunakan memberikan dampak pada loyalitas begitu pula dengan waktu serta suhu makanan saat penyajian.
8. Tampilan makanan membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa mengubah bentuk dari kerak telur tidak akan membuat loyalitas pelanggan, pelanggan terbiasa membeli kerak telur dengan bentuk dan tekstur yang sama.
9. Cita rasa membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan cita rasa yang khas akan membuat pelanggan terus mengulang pembelian ketika pelanggan merasa cocok di lidah mereka.
10. Cara masak membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli dimana cara masak yang dilakukan tidak memberikan dampak apapun terhadap loyalitas disaat minat beli menurun. Namun kondisi ini bukan menandakan menantang teori yang ada hanya saja kurangnya cukup bukti untuk membuktikan teori.
11. Cara penyajian membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli. Dimana cara penyajian yang dilakukan tidak memberikan dampak apapun terhadap loyalitas disaat minat beli menurun. Namun kondisi ini bukan menandakan menantang teori yang ada hanya saja kurangnya cukup bukti untuk membuktikan teori.
12. Tampilan makanan membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli.

13. Cita rasa membuktikan bahwa pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli.

## 5.2. Saran

Bedasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, oleh karena itu terdapat beberapa saran yang akan direkomendasikan dari peneliti diantaranya:

1. Pengaruh cara masak, cara penyajian, tampilan makanan, cita rasa perlu dipertimbangkan dengan baik untuk membangun minat beli konsumen yang sudah cukup baik. kerak telur agar lebih memiliki cita rasa otentik yang disukai oleh konsumen, melakukan inovasi produk dengan harga yang terjangkau agar kerak telur tetap bertahan dan disukai oleh para konsumen. Penjual kerak telur dapat membuat kerak telur dengan ukuran yang lebih kecil. Kemudian membuat inovasi *packaging* dapat juga di gunakan dengan menggunakan kemasan bahan duplex yang dapat menarik konsumen.
2. Untuk penelitian selanjutnya yaitu diharapkan dapat memperluaskan objek penelitian serta dapat mengeksplor faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan metode lain seperti metode mix method agar dapat menjelaskan hasil anomali-anomali yang kemungkinan terjadi sehingga dapat memberikan solusidan strategi apa yang dapat digunakan untuk pelaku bisnis.