

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai tingkat loyalitas konsumen Jamur Crispy P.15 di DIY dapat disimpulkan bahwa :

1. Mayoritas konsumen Jamur Crispy P.15 di 6 outlet pada tataran usia muda yaitu 15-29 tahun dengan dominasi konsumennya adalah perempuan. Pendidikan terakhir konsumen Jamur Crispy P.15 sebagian besar pada taraf SMU. Pekerjaan konsumen sebagian besar adalah mahasiswa dengan pendapatan antara Rp 500.001 - 1.000.000.
2. Profil Jamur Crispy P.15 dengan merek P.15 merupakan nama dari ayahnya sendiri yaitu PAKJIMO, P yang artinya Pak, dan 1 pada bahasa jawa dibaca (siji), dan 5 pada bahasa jawa dibaca (limo) sehingga menjadi P.15. Outlet Jamur Crispy P.15 di DIY berada di 6 tempat yaitu: Godean, Seturan, Condong Catur, Wirobrajan, Krapyak 1 dan Krapyak 2. Kemasan dalam bentuk kantong yang berbahan dasar kertas dengan warna merah dan kuning. Berat bersih Jamur Crispy P.15 setiap kemasan 100gram dengan harga Rp5.000, dan mempunyai 9 variasi rasa yaitu: *barbeque*, sapi panggang, balado, keju, jagung pedas, jagung manis, *pizza*, ayam bakar, dan original. Berdasarkan hasil penelitian *barbeque* dan balado menjadi rasa yang paling disukai oleh konsumen.
3. Tingkat loyalitas konsumen Jamur Crispy P.15 mayoritas berada pada tingkat *Satisfied buyer*. Namun demikian konsumen Jamur Crispy P.15 ada yang

yang lebih rendah dari tingkat loyalitas lainnya. Tingkat loyalitas konsumen Jamur Crispy P.15 pada tingkat *satisfied buyer* (pembeli yang puas) di outlet: Godean, Seturan, Condong Catur, Wirobrajan, dan Krapyak 2. Tingkat loyalitas konsumen di outlet Krapyak 1, masuk pada 2 tingkatan yaitu *switcher*, dan *habitual buyer*, yaitu pembeli yang berpindah-pindah dan pembeli yang bersifat kebiasaan.

B. Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan tingkat loyalitas konsumen Jamur Crispy P.15 masih berada pada tingkatan ketiga yaitu *Satisfied buyer* (pembeli yang puas), meskipun tingkatan ini cukup baik namun setiap produsen menginginkan konsumen berada pada tingkatan kelima yaitu *Committed buyer* (pembeli yang komit atau konsisten), sehingga perlu adanya pembenahan atau peningkatan dalam segi pemasaran dengan cara memberikan diskon, atau memberikan hadiah dengan syarat tertentu.
2. Salah satu keunggulan dari pelayanan konsumen yaitu konsumen dapat meminta variasi rasa lain yang tidak ada pada menu Jamur Crispy P.15. Sebaiknya produsen mencantumkan variasi rasa baru yang banyak diminati oleh konsumen.
3. Sehubungan dengan mayoritas konsumen Jamur Crispy P.15 merupakan pelajar dan mahasiswa, jika perlu penambahan outlet baru sebaiknya memilih lokasi yang letaknya dekat dengan pelajar dan mahasiswa yaitu sekolah maupun universitas.