

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tingkat loyalitas konsumen beras SKM (Studi Kasus Pada Toko Beras Paman di Kecamatan Pariaman Tengah Kota Pariaman), maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Sebagian besar konsumen yang membeli beras SKM berjenis kelamin perempuan dengan jumlah persentase sebesar 70 persen dan responden laki-laki sebesar 30 persen.
2. Pada tingkat loyalitas merek *switcher* (berpindah-pindah), sebagian kecil konsumen menyatakan tidak setuju jika mereka suka berpindah dari merek satu ke merek yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pada tingkat ini loyal terhadap merek dan membeli produk bukan karena harganya murah. Pada tingkat loyalitas merek *Habitual Buyer* Rata-rata responden betul-betul membeli karena kebiasaan berjumlah 16 orang atau 56,67%. Pada tingkat loyalitas merek *Satisfied Buyer* Responden dalam penelitian ini tidak terlalu sensitif terhadap harga. 13 orang (43,3). Pada tingkat loyalitas merek *Likes The Brand*, responden yang benar-benar menyukai beras SKM adalah 20 orang atau 66,7. Pada tingkat loyalitas merek *Comitted Buyer*, yang termasuk *committed buyer* sebanyak 11 orang dari 30 konsumen beras SKM yang diteliti atau sebesar 36,67.

### B. Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis mencoba memberikan saran – saran, yaitu:

1. Kemampuan untuk memberikan produk terbaik bagi pelanggan adalah impian setiap produsen, oleh sebab itu diharapkan Toko Beras PAMAN dengan produk SKMnya mampu mempertahankan bahkan jika perlu meningkatkan kualitas produk yang diberikan secara berkelanjutan agar loyalitas konsumen terhadap merek SKM tetap terjaga. Produsenn diharapkan bisa lebih mengerti

harapan dari konsumennya karena menjaga kepercayaan dan memberikan jaminan kepuasan merupakan salah satu kunci keunggulan bersaing.

2. Berdasarkan dari hasil analisis deskriptif loyalitas konsumen terhadap beras SKM, sebagian besar konsumen yang menyatakan setia terhadap beras SKM . Maka dari itu produsen hendaknya mempertahankan faktor-faktor yang membentuk kesetiaan konsumen terhadap produk tersebut, sehingga nantinya akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Loyalitas konsumen terhadap beras SKM dapat dipertahankan dengan beberapa cara antara lain meningkatkan kualitas produk di mulai dari rasa dan kebersihan beras, memberikan pelayanan ekstra seperti antar alamat untuk pemesanan mulai dari 30kg khusus area Kecamatan Pariaman Tengah serta menjalin kedekatan dengan pelanggan, salah satunya dengan membuka saluran *customer care* yang dapat menampung semua keluhan, kebutuhan maupun keinginan konsumen.

