

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Citra merek berperan dalam membentuk minat beli konsumen pada MAKO Cake and Bakery. Konsumen cenderung mempertimbangkan bagaimana produk dipersepsikan di pasaran sebelum memiliki ketertarikan untuk membeli. Namun, perubahan identitas dari merek sebelumnya menyebabkan sebagian konsumen belum sepenuhnya menganggap MAKO sebagai pilihan utama dibandingkan merek lain. Salah satu hal yang perlu ditingkatkan adalah bagaimana produk MAKO dapat dilihat sebagai pilihan yang terpercaya dan unggul. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan upaya komunikasi merek untuk memperkuat kesan positif dan membangun kembali kepercayaan konsumen.

Kualitas pelayanan turut berkontribusi peran penting dalam membentuk minat beli konsumen. Konsumen mengharapkan pelayanan yang tidak hanya ramah, tetapi juga profesional dan efisien. Pengalaman positif seperti keramahan staf dan kecepatan pelayanan memberikan kesan yang baik sehingga pelanggan merasa nyaman dan tertarik untuk kembali. Peningkatan kualitas interaksi langsung dengan pelanggan, seperti memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan cepat dan tepat, dapat menjadi salah satu strategi untuk menarik minat beli dan menciptakan hubungan jangka panjang.

Kualitas produk menjadi faktor yang paling utama dalam membentuk minat beli konsumen. Konsumen sangat menghargai konsistensi kualitas produk, seperti kesesuaian rasa dengan standar yang ditetapkan dan daya tahan produk yang baik. Jika produk berhasil memenuhi harapan pelanggan secara konsisten, maka kepercayaan terhadap produk akan meningkat. Dalam hal ini, menjaga standar kualitas produk yang tinggi dan memastikan produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan menjadi prioritas utama untuk mempertahankan dan meningkatkan minat beli terhadap MAKO Cake and Bakery.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan telah sesuai dengan syarat dan pedoman yang ditetapkan, namun masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk pengembangan penelitian selanjutnya. Keterbatasan yang membatasi penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dari segi waktu yang tersedia untuk pengumpulan data. Waktu yang terbatas menyebabkan peneliti tidak dapat menjangkau responden dalam jumlah yang lebih luas atau melakukan analisis data dengan metode tambahan. Namun, data yang terkumpul tetap memenuhi kriteria yang ditetapkan dan relevan dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian ini tetap dapat memberikan gambaran yang jelas dan menjadi dasar bagi penelitian lanjutan di masa depan.
2. Keterbatasan lainnya yang dihadapi selama penelitian ini adalah sulitnya menemukan penelitian terdahulu dengan variabel yang sama serta secara khusus membahas objek penelitian MAKO Cake and Bakery atau bidang kuliner roti. Meskipun demikian, peneliti mengatasi keterbatasan ini dengan menggunakan referensi yang relevan dari penelitian sejenis pada industri serupa sebagai dasar dalam mengembangkan penelitian ini.

## 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan MAKO Cake and Bakery ke depannya sebagai berikut:

1. MAKO Cake and Bakery disarankan untuk memperkuat strategi citra merek dengan meningkatkan kampanye promosi yang menekankan kualitas dan cita produk melalui media sosial, iklan digital, dan promosi langsung. Selain itu, testimoni pelanggan dapat dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan konsumen dengan menampilkan ulasan positif pada kemasan, media sosial, atau *website*. Perusahaan juga dapat menjalin kolaborasi dengan *influencer* atau *food blogger* untuk memberikan ulasan yang lebih luas dan meningkatkan eksposur merek di kalangan konsumen.

Langkah ini diharapkan dapat membentuk citra merek yang lebih kuat dan terpercaya di mata konsumen.

2. MAKO Cake and Bakery perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayannya pada fasilitas fisik yang mendukung kenyamanan konsumen, seperti kebersihan area toko, penataan produk yang rapi, dan alat pendukung seperti papan roti, capit, dan kemasan yang lebih baik. Selain itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan responsivitas terhadap keluhan atau permintaan. Langkah ini dapat diwujudkan melalui pelatihan karyawan dan penerapan sistem komunikasi pelanggan berbasis teknologi seperti survey yang diberikan setelah melakukan pembelian.
3. Kualitas produk perlu dijaga sebagai prioritas utama mengingat pengaruhnya yang dominan terhadap minat beli konsumen. MAKO Cake and Bakery disarankan untuk memastikan konsistensi kualitas produk dengan menerapkan pengendalian kualitas yang ketat pada setiap tahapan produksi melalui SOP yang ditetapkan. Selain itu, perusahaan perlu memastikan penggunaan bahan baku yang berkualitas tinggi dan melakukan inovasi produk untuk memenuhi preferensi pasar, seperti varian rasa baru atau ukuran produk yang bervariasi. Upaya lain yang penting adalah meningkatkan daya tahan produk agar tetap layak dikonsumsi dalam waktu yang lebih lama.
4. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan penelitian diperluas ke wilayah lain di luar Jakarta Selatan agar dapat mencakup konsumen dengan karakteristik yang lebih beragam. Selain itu, penambahan variabel independen lain dapat membantu memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen secara lebih komprehensif. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan pembaruan dan wawasan baru yang bermanfaat bagi penelitian dan pengembangan strategi bisnis terutama untuk MAKO Cake and Bakery di masa mendatang.