

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan diatas, dapat diambil kesimpulan mengenai Peran Strategi *Branding* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Jln. Pahlawan Kusuma Bangsa No. 26 Banjaran Kota Kediri), diantaranya sebagai berikut:

1. Strategi *branding* yang dilakukan Waroeng Spesial Sambal “SS” menggunakan media poster bertuliskan “Garansi Kekecewaan” ditujukan apabila pelanggan merasa kecewa dengan rasa masakan yang disajikan.
2. Penerapan Strategi *Branding* yang cukup baik akan memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan. Dimana Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri dalam menjalankan usahanya berbeda dengan rumah makan yang lainnya. Waroeng Spesial Sambal “SS” sangat mempertimbangkan apa yang menjadi kebutuhan para konsumennya. Waroeng Spesial Sambal “SS” senantiasa mengutamakan kualitas dan pelayanan sehingga berhasil mendapatkan posisi yang istimewa di hati para konsumen. Serta menyediakan fasilitas-fasilitas yang lengkap untuk membuat para konsumen nyaman dan pada akhirnya akan kembali lagi.

B. Saran

Bedasarkan proses dan hasil dari penelitian yang diperoleh, peneliti mengakui masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki untuk menunjang penelitian ini diwaktu yang akan mendatang. Beberapa hal yang disarankan sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Waroeng Spesial Sambal “SS”

Manajemen Waroeng Spesial Sambal “SS” sudah menerapkan branding yang cukup unik sehingga ke 5 unsur dimensi kualitas pelayanan sudah diterapkan dengan baik untuk dipertahankan dan di tingkatkan lagi.

2. Bagi Peneliti Pribadi

Diharapkan mampu menggunakan strategi pemasaran yang lainnya dengan tujuan menambah khazanah ilmu mengenai manajemen pemasaran.