

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil mengungkapkan berbagai hubungan signifikan antara kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kulo. Berdasarkan hasil analisis, maka kesimpulannya sebagai berikut :

##### **1. Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen**

Kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kulo. Perbaikan dalam kualitas layanan, seperti perhatian pegawai terhadap pesanan, dapat meningkatkan pengalaman konsumen yang pada akhirnya memperkuat tingkat kepuasan mereka. Pengalaman positif ini mendorong konsumen untuk kembali. Namun, terdapat variasi pendapat antar konsumen yang menunjukkan bahwa ekspektasi yang berbeda mempengaruhi persepsi terhadap kualitas layanan. Oleh karena itu, Kedai Kopi Kulo perlu lebih memahami kebutuhan dan harapan konsumen untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

##### **2. Kepuasan Konsumen Berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen**

Kepuasan konsumen berperan signifikan dalam meningkatkan loyalitas mereka terhadap Kedai Kopi Kulo. Konsumen yang merasa puas dengan rasa kopi, pelayanan yang cepat, dan suasana kedai cenderung memilih untuk kembali meskipun ada banyak pilihan lain. Kepuasan yang tinggi menciptakan hubungan emosional yang kuat antara konsumen dan merek, yang memperkuat loyalitas mereka. Fokus pada pengalaman menyenangkan dan memuaskan bagi konsumen akan meningkatkan retensi pelanggan dan mendorong loyalitas jangka panjang.

##### **3. Kualitas Layanan Tidak Berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen**

Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kulo. Meskipun kualitas layanan yang baik dihargai oleh konsumen, faktor ini tidak cukup untuk membangun loyalitas. Loyalitas konsumen lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepuasan secara

keseluruhan, yang mencakup persepsi terhadap produk dan pengalaman keseluruhan. Oleh karena itu, kualitas layanan perlu didukung oleh faktor lain yang memperkuat keseluruhan pengalaman pelanggan.

#### 4. Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen berfungsi sebagai penghubung antara kualitas layanan dan loyalitas konsumen. Jika kualitas layanan baik, maka kepuasan konsumen akan meningkat, yang pada gilirannya akan memperkuat loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen yang tinggi menunjukkan bahwa mereka lebih cenderung menjadi pelanggan yang loyal dan terus memilih Kedai Kopi Kulo. Oleh karena itu, Kedai Kopi Kulo harus memastikan kualitas layanan yang konsisten dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan untuk memperkuat loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Bagi Perusahaan

#### 1. Peningkatan Kualitas Layanan Secara Konsisten:

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas. Oleh karena itu, Kedai Kopi Kulo perlu memastikan bahwa kualitas layanan tetap konsisten. Pelatihan rutin untuk pegawai, khususnya dalam hal mendengarkan dan memenuhi pesanan dengan baik, serta meningkatkan keterampilan pelayanan pelanggan sangat penting untuk menjaga pengalaman positif konsumen. Perhatian terhadap detail, seperti kecepatan pelayanan dan keramahan staf, juga perlu terus ditingkatkan.

#### 2. Mengenal Lebih Dalam Kebutuhan dan Ekspektasi Konsumen:

Variasi dalam pendapat konsumen mengenai kualitas layanan menunjukkan pentingnya pemahaman yang lebih mendalam tentang ekspektasi dan kebutuhan konsumen yang berbeda. Kedai Kopi Kulo dapat melakukan survei berkala atau mengumpulkan umpan balik dari pelanggan untuk memahami berbagai keinginan dan preferensi mereka. Dengan cara ini, perusahaan dapat menyesuaikan layanan dengan harapan konsumen, menciptakan pengalaman

yang lebih personal dan menyenangkan, serta meningkatkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

### 3. Mengutamakan Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas

Kepuasan konsumen menjadi faktor utama dalam mendorong loyalitas. Oleh karena itu, perusahaan harus berfokus pada memberikan pengalaman yang lebih baik dari segi rasa kopi, pelayanan yang cepat dan ramah, serta suasana kedai yang nyaman. Untuk meningkatkan loyalitas jangka panjang, Kedai Kopi Kulo perlu mempertahankan kualitas produk dan layanan yang dapat menciptakan hubungan emosional antara konsumen dan merek.

### 4. Integrasi Kualitas Layanan dan Kepuasan dalam Strategi Pemasaran

Meskipun kualitas layanan tidak langsung mempengaruhi loyalitas, kepuasan konsumen yang tercipta melalui kualitas layanan berpengaruh pada loyalitas. Oleh karena itu, Kedai Kopi Kulo dapat menggunakan pendekatan berbasis kepuasan untuk pemasaran. Menekankan pengalaman pelanggan yang menyenangkan melalui promosi, program loyalitas, atau penawaran spesial bisa meningkatkan retensi pelanggan dan mendorong pelanggan untuk tetap setia pada merek.

## 5.2.1 Bagi Penulis Selanjutnya

### 1. Meneliti Faktor Lain yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen, melainkan melalui kepuasan konsumen. Peneliti selanjutnya dapat menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi loyalitas, seperti harga, kualitas produk, atau persepsi terhadap merek. Penelitian yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor tambahan yang berperan dalam membentuk loyalitas konsumen dapat memberikan wawasan lebih mendalam bagi perusahaan.

### 2. Menggunakan Pendekatan Kualitatif untuk Menyempurnakan Temuan.

Penelitian selanjutnya bisa memperluas pendekatan penelitian dengan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok terarah, untuk menggali lebih dalam mengenai persepsi dan pengalaman konsumen terhadap kualitas layanan dan kepuasan. Hal ini bisa memberikan perspektif yang lebih

kaya dan lebih terperinci tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kulo atau di industri yang serupa.

3. Mengukur Peran Emosi dalam Loyalitas Konsumen.

Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi dimensi emosional yang mungkin mempengaruhi loyalitas konsumen, seperti apakah terdapat hubungan emosional tertentu yang terbentuk antara konsumen dan merek yang dapat menjelaskan loyalitas mereka. Penelitian semacam ini bisa memberikan insight yang lebih mendalam mengenai cara-cara perusahaan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

4. Studi Longitudinal untuk Menilai Pengaruh Jangka Panjang.

Penelitian yang lebih panjang atau studi longitudinal dapat digunakan untuk menilai pengaruh kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas dalam jangka panjang. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang bagaimana hubungan ini berkembang seiring waktu dan memberikan pemahaman lebih dalam tentang loyalitas konsumen yang berkelanjutan.