

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan beberapa hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, nantinya dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis penelitian memberikan sebuah himbauan atas dasar sebuah variabel variasi produk terhadap loyalitas pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa variasi produk tidak berpengaruh dan negative signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang berada pada Coffeeshop Ikio Madiun.
2. Hasil dari analisis mengenai hal tersebut bahwa harga terhadap loyalitas pelanggan dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang berada pada Coffeeshop Ikio Madiun.
3. Berdasarkan hasil tersebut bahwa analisa dari penelitian ini pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Coffeeshop Ikio Madiun.

B. Saran

Berdasarkan beberapa hal dalam penelitian ini, penulis memberikan bahan masukan bagi pihak pengelola objek Coffeeshop Ikio Madiun.

Coffeeshop Ikio Madiun. yang berada di Kabupaten Madiun sebagai bahan pertimbangan lebih lanjut:

1. Bagi Pengelola Coffeeshop Ikio Madiun

Disarankan agar pihak pengelola lebih memperhatikan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Harga yang kompetitif dan sepadan dengan manfaat yang diterima pelanggan akan meningkatkan kepuasan serta mendorong loyalitas pelanggan. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi harga secara berkala agar tetap relevan dengan kondisi pasar dan daya beli konsumen. Dari segi kualitas pelayanan, Pengelola diharapkan mampu meningkatkan standar pelayanan melalui pelatihan karyawan secara rutin, khususnya dalam hal keramahan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan dalam menangani keluhan pelanggan. Pelayanan yang konsisten dan profesional akan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan. Selain itu, pengelola juga disarankan untuk terus melakukan inovasi produk dan menciptakan suasana coffee shop yang nyaman dan menarik, sehingga pelanggan tidak hanya datang untuk membeli produk, tetapi juga untuk menikmati pengalaman yang menyenangkan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, seperti kualitas produk, lokasi, promosi, maupun pengalaman pelanggan (*customer experience*). Selain itu, penelitian dapat

dilakukan pada objek yang berbeda atau dengan jumlah sampel yang lebih besar agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada industri coffee shop. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sejenis.