

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Melalui penelitian yang telah dilakukan serta dianalisis dan dibahas dengan menggunakan metode SEM-PLS melalui SmartPLS mengenai kepuasan pelanggan pada pelanggan Kopi Janji Jiwa, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa. Dapat diartikan apabila *brand image* yang semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan saat menggunakan produk Kopi Janji Jiwa. Namun, apabila *brand image* buruk, maka kepuasan pelanggan menjadi menurun terhadap produk Kopi Janji Jiwa. Adapun faktor-faktor *brand image* yang mendukung kepuasan pelanggan, seperti kekuatan asosiasi merek yang didapatkan karena meraih sebuah penghargaan, keunikan merek itu sendiri dan keunggulan asosiasi merek melalui inovasi produk yang dilakukan.
2. Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa. Dapat diartikan apabila cita rasa yang semakin berkualitas maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan saat menggunakan produk Kopi Janji Jiwa. Namun, apabila cita rasa buruk, maka kepuasan pelanggan menjadi menurun terhadap produk Kopi Janji Jiwa. Cita rasa dalam Kopi Janji Jiwa meliputi tekstur yang berbeda dengan kopi yang lainnya, aroma yang khas dan rasa yang konsisten dan sesuai dengan deskripsi produk.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa. Namun, apabila kualitas produk buruk, maka kepuasan pelanggan menjadi menurun terhadap produk Kopi Janji Jiwa. Adapun faktor-faktor kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti daya tahan, service ability, estetika dan persepsi terhadap kualitas.

V.2 Saran

Dari hasil pembahasan dari kesimpulan pada penelitian ini, maka ada saran untuk pihak perusahaan dan peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Saran bagi pihak perusahaan

A. Brand Image

Kopi janji jiwa harus bisa membangun hubungan baik dengan pelanggan dan menjaga kualitas produk sehingga produk yang dijual untuk mendapat daya tarik buat pelanggan. Hal tersebut bertujuan untuk menjaga citra perusahaan terutama menjaga reputasi agar menjadi pilihan utama pelanggan untuk membeli produk dari kopi janji jiwa.

B. Cita Rasa

Kopi janji jiwa harus bisa mempertahankan cita rasa agar bisa mempertahankan kepercayaan konsumen dengan produk kopi janji jiwa.

C. Kualitas Produk

Kopi janji jiwa harus menjaga kualitas produk sehingga produk yang dijual dapat menarik minat beli pada pelanggan.

D. Kepuasan Pelanggan

Kopi janji jiwa harus selalu mempertahankan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dan menjaga citra merek yang sangat baik supaya pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi dan harapan pelanggan

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan dan menggunakan variabel-variabel lainnya seperti k, harga, *word of affirmation* dan lain-lain. Serta peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah responden dan memperluas cakupan wilayah penelitian untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan secara lebih dalam.