

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

Variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Hasil ini menunjukkan bahwa harga yang diterapkan oleh Kopi Jago sudah sesuai dengan keterjangkauan, manfaat yang dirasakan, kualitas, serta daya saing. Artinya, persepsi positif terhadap harga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Variabel Harga (X1) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini berarti pelanggan yang menilai harga produk sesuai dengan kualitas yang diterima cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi terhadap Kopi Jago.

Variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Indikator kualitas produk seperti *form*, *features*, *conformance*, dan *design* telah memenuhi harapan pelanggan sehingga mampu meningkatkan kepuasan mereka terhadap produk Kopi Jago. Namun, variabel Kualitas Produk (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Meskipun kualitas produk Kopi Jago diapresiasi oleh pelanggan, hal tersebut tidak cukup kuat untuk secara langsung meningkatkan loyalitas pelanggan tanpa adanya faktor lain yang memediasi hubungan tersebut.

Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan produk dan layanan Kopi Jago cenderung lebih loyal terhadap merek tersebut. Variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z). Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan. Dengan harga yang kompetitif dan sesuai, pelanggan merasa lebih puas, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas

mereka terhadap Kopi Jago.

Terakhir, variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z). Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas produk tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan tersebut. Indikator kualitas produk yang sesuai dengan harapan pelanggan, seperti performance, conformance, reliability, dan design, dapat meningkatkan kepuasan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas terhadap Kopi Jago.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan pedoman yang berlaku, namun terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini dilakukan dalam konteks industri kopi, sehingga generalisasi hasil ke sektor lain (misalnya, industri makanan cepat saji atau ritel) mungkin kurang relevan karena perbedaan karakteristik produk dan preferensi pelanggan.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan pada satu titik waktu tertentu, sehingga tidak dapat menggambarkan perubahan perilaku pelanggan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini tidak dapat mengevaluasi dinamika hubungan antara variabel yang diteliti.
3. Persepsi responden terhadap variabel yang digunakan pada penelitian ini mungkin dipengaruhi oleh preferensi pribadi atau pengalaman unik yang tidak dapat dijelaskan sepenuhnya oleh responden, sehingga menimbulkan adanya perbedaan persepsi karena hal spesifik dari para responden.

## 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Persepsi Positif terhadap Harga

Kopi Jago disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan

persepsi pelanggan terhadap harga dengan cara memberikan penawaran yang sesuai dengan nilai yang diterima pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan menawarkan promosi khusus, diskon, atau program loyalitas yang memberikan keuntungan bagi pelanggan setia.

2. Meningkatkan Kualitas Produk secara Konsisten

Kopi Jago dapat terus melakukan inovasi untuk meningkatkan aspek performance, conformance, reliability, dan design. Hal ini dapat diwujudkan melalui pengembangan varian rasa, peningkatan kualitas bahan baku, dan desain produk yang lebih menarik. Upaya ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan.

3. Memaksimalkan Peran Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas

Kopi Jago dapat lebih fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan melalui survei kepuasan secara berkala, agar dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan lebih baik. Dengan mengoptimalkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan terhadap merek akan meningkat.

4. Meningkatkan Aspek Lain yang Mendukung Loyalitas

Selain kualitas produk, Kopi Jago disarankan untuk terus memperhatikan aspek pelayanan yang mencakup keandalan (reliability), responsivitas (responsiveness), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Peningkatan aspek-aspek tersebut dapat mendukung terciptanya pengalaman pelanggan yang lebih baik sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan secara keseluruhan.