

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui seluruh hipotesis diterima, berdasarkan pengukuran nilai pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Diketahui bahwa besaran pengaruh terbesar adalah variabel citra merek. Disusul kemudian yaitu variabel harga kemudian kualitas produk. Beberapa kesimpulan dapat diambil dari hasil penelitian mengenai pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada kopi Janji Jiwa di Jakarta Selatan yang dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS 4.0. Salah satunya adalah bahwa loyalitas pelanggan di kopi Janji Jiwa secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk. Selain itu, citra merek kopi Janji Jiwa memiliki dampak yang besar terhadap loyalitas pelanggan. Di kopi Janji Jiwa, variabel harga secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen, seperti halnya faktor-faktor lainnya.

Bisa dikatakan bahwa loyalitas konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk. Pelanggan akan lebih setia pada merek ketika produk yang dibuat oleh kopi Janji Jiwa memiliki kualitas yang lebih baik. Salah satu elemen kunci dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan adalah variabel kualitas produk, menurut hasil pengolahan data. Menurut jawaban responden penelitian, loyalitas pelanggan kopi Janji Jiwa dapat dipengaruhi oleh kualitas produk.

Selain itu, penelitian ini menemukan dampak positif dan signifikan dari variabel citra merek terhadap loyalitas pelanggan terhadap kopi Janji Jiwa, yang menunjukkan bahwa citra merek memainkan peran penting dalam menumbuhkan atau mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap produk Janji Jiwa. Temuan ini mendukung hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa citra merek mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Terakhir, variabel harga juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan terhadap kopi Janji Jiwa, yang mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga penting dalam mendorong

atau mempertahankan loyalitas terhadap merek. Hasil ini sesuai dengan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap kopi Janji Jiwa.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah memenuhi kaidah dan persyaratan yang ada, namun terdapat beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, yakni:

- a) Wilayah penelitian hanya dilakukan di Jakarta Selatan sehingga hasil penelitian ini tidak dapat di generalisasi dikarenakan peminat dari produk kopi Janji Jiwa di Indonesia tidak hanya terbatas pada wilayah Jakarta Selatan.
- b) Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan metode sampling yaitu *Non-probability sampling*. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode *probability sampling*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah diuraikan di atas, peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a) Meningkatkan keunggulan asosiasi tentang Citra Merek Perusahaan
Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Kopi Janji Jiwa disarankan untuk memanfaatkan kekuatan asosiasi mereknya yang sudah kuat dengan mengembangkan strategi pemasaran berbasis komunitas. Misalnya, perusahaan dapat menciptakan program "Kopi Bareng Teman" yang mendorong pelanggan untuk berbagi pengalaman minum kopi Janji Jiwa bersama teman-teman mereka, baik melalui media sosial maupun acara offline seperti meet-up atau diskusi santai. Selain itu, memperkuat identitas merek yang unik melalui storytelling tentang asal usul dan nilai-nilai merek juga dapat memperdalam hubungan emosional pelanggan. Dengan strategi ini, Kopi Janji Jiwa tidak hanya menjadi

pilihan utama ketika pelanggan memikirkan kopi, tetapi juga menciptakan ikatan sosial yang memperkuat loyalitas mereka.

b) Mengoptimalkan Keunggulan Kualitas Produk

Kopi Janji Jiwa disarankan untuk terus memperkuat keandalan dalam kualitas produk sebagai strategi utama untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan memastikan bahwa setiap produk yang disajikan memiliki kualitas rasa yang konsisten dan penyajian yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan, perusahaan dapat mempertahankan kepercayaan dan kepuasan mereka. Selain itu, untuk lebih meningkatkan loyalitas, Kopi Janji Jiwa dapat memperkenalkan sistem monitoring kualitas yang ketat di seluruh cabang, memastikan bahwa standar operasional terpenuhi secara merata. Perusahaan juga dapat mengomunikasikan komitmennya terhadap kualitas melalui kampanye pemasaran yang menyoroti proses kontrol kualitas yang ketat dan sumber bahan baku yang terjamin. Langkah ini tidak hanya memperkuat keandalan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pelanggan yang mengutamakan kualitas dalam setiap pembelian.

c) Menyesuaikan Strategi Harga dengan Segmen Pasar

Berdasarkan temuan bahwa indikator dengan nilai tertinggi dalam variabel harga adalah kesesuaian harga dengan kemampuan atau daya saing harga, Kopi Janji Jiwa dapat mempertimbangkan untuk terus memperkuat strategi harga kompetitifnya sebagai keunggulan utama. Perusahaan disarankan untuk secara rutin menganalisis harga pesaing dan memastikan bahwa harga yang ditawarkan tetap berada dalam rentang yang terjangkau oleh target pasar tanpa mengurangi kualitas produk.

Selain itu, Kopi Janji Jiwa dapat memperkenalkan program diskon rutin, seperti potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu atau program loyalitas yang memberikan reward kepada pelanggan setia. Dengan tetap menonjolkan harga yang bersaing, Kopi Janji Jiwa dapat mempertahankan posisinya sebagai pilihan utama pelanggan di tengah persaingan pasar kedai kopi yang semakin ketat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meningkatkan jumlah responden dan memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya lebih komprehensif dan dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa.