

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis temuan penelitian yang dilakukan menggunakan metode SEM-PLS terkait pengaruh *brand image* dan *service quality* terhadap *repurchase intention* dimediasi *customer satisfaction* pada kedai kopi Janji Jiwa didapatkan simpulan bahwa dalam pengaruhnya secara langsung, *brand image* mampu berperan dalam meningkatkan *repurchase intention* kedai kopi Janji Jiwa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *brand image* yang positif pada Janji Jiwa mampu berperan dalam meningkatkan *repurchase intention*. Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. *Service quality* mampu berperan dalam meningkatkan *repurchase intention*. Berdasarkan hasil tersebut, menunjukkan bahwa *service quality* yang diberikan dengan optimal mampu meningkatkan *repurchase intention*. Oleh karena itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. *Customer satisfaction* mampu berperan dalam meningkatkan *repurchase intention*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *customer satisfaction* yang dirasakan oleh pelanggan Janji Jiwa mampu meningkatkan *repurchase intention* pada Janji Jiwa. Maka, hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat diterima.

Berdasarkan pengaruhnya secara tidak langsung, *brand image* mampu berperan meningkatkan *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *brand image* yang positif mampu berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang mendukung mereka untuk melakukan pembelian ulang. Maka, hipotesis keempat pada penelitian ini dapat diterima. *Service quality* mampu berperan meningkatkan *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *service quality* yang memenuhi kepuasan secara ekspektasi dan ideal, mampu berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang mendukung mereka untuk melakukan pembelian ulang. Maka, hipotesis kelima pada penelitian ini dapat diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penyelesaian penelitian ini, peneliti telah melakukan secara optimal, tetapi terdapat keterbatasan yang dialami. Keterbatasan penelitian ini yaitu penerapan teknik *non-probability sampling* yang dilakukan membuat seluruh populasi penelitian ini tidak mempunyai kesempatan sebagai responden dalam berpartisipasi pada penelitian karena responden didasarkan oleh kriteria tertentu.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta simpulan penelitian ini, disusun sejumlah rekomendasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan dan menjadi pertimbangan bagi penelitian berikutnya, sebagai berikut:

a) Bagi Perusahaan

Berikut merupakan saran yang dapat dilakukan dan diterapkan kepada perusahaan:

- a. Janji Jiwa diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan citra merek atau *brand image* dengan menjaga kualitas pelayanan dan produk, tidak mengecewakan para pelanggannya, penguatan daya tarik merek seperti desain kedai kopi dan menu yang unik serta relevan dengan tren, diferensiasi kepribadian merek dari pesaing seperti menu signature Janji Jiwa, dan memperkuat posisi di pasar agar dapat membangun persepsi yang positif bagi pelanggan terhadap *brand image* Janji Jiwa. Jika ingin meningkatkan *repurchase intention*, akan lebih baik jika perusahaan dapat memfokuskan pada strategi yang dapat memperkuat aspek reputasi melalui strategi mempertahankan konsistensi kualitas produk dan pelayanan dan menonjolkan pencapaian atau penghargaan yang diraih, dan melakukan kolaborasi dengan sesuatu yang sedang tren atau viral agar pelanggan memiliki persepsi yang baik terhadap *brand image* Janji Jiwa yang mendorong *repurchase intention*.
- b. Pada *service quality* Janji Jiwa, diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan seperti pelatihan rutin bagi karyawan terkait kecepatan dalam merespon pelanggan, *customer handling*, cara berkomunikasi yang ramah terhadap pelanggan, menerapkan SOP pelayanan agar karyawan tanggap dan teliti menangani setiap permintaan pelanggan, dan

memperhatikan kritik dan saran pelanggan agar dapat memperbaiki dan mempertahankan *service quality* yang diberikan. Selanjutnya, dalam meningkatkan *repurchase intention*, Janji Jiwa diharapkan dapat memfokuskan dalam pengembangan strategi pada aspek *result quality* untuk memperhatikan kualitas rasa dan aroma yaitu dengan memastikan konsistensi resep, meningkatkan dan menjaga kualitas bahan baku, melakukan kontrol rasa antar barista dan antar kedai kopi, desain kedai kopi yang bersih, nyaman, serta visual yang konsisten dan menarik, serta dapat memberikan ruang yang luas bagi pelanggan untuk menikmati kopi.

- c. Janji Jiwa perlu untuk meningkatkan dan mempertahankan *customer satisfaction*. Janji Jiwa dapat mempertahankan kesesuaian ekspektasi inti pelanggan dalam konsistensi produk dan pelayanan, harga, kenyamanan dan kebersihan dalam kedai kopi. Selanjutnya, apabila Janji Jiwa ingin mendorong lebih lanjut *repurchase intention*, Janji Jiwa perlu untuk memfokuskan strategi untuk meningkatkan dan mempertahankan *overall satisfaction* pelanggan Janji Jiwa. Hal tersebut mencakup pengalaman pelanggan yang baik sejak awal pembelian hingga akhir pembelian yang meliputi konsistensi produk dari segi rasa, aroma, dan bahan baku, pelayanan yang cepat tanggap dan ramah, harga yang sesuai ekspektasi, serta kenyamanan dan kebersihan dalam kedai kopi.
- d. *Customer satisfaction* memiliki peran dalam memediasi *brand image* terhadap *repurchase intention*, sehingga Janji Jiwa perlu dapat fokus untuk memperhatikan dan memperkuat *brand image*, khususnya pada aspek *reputation* dalam mempertahankan konsistensi kualitas produk dan pelayanan dan menonjolkan pencapaian atau penghargaan yang diraih, agar menciptakan *brand image* yang baik. Selain itu, Janji Jiwa dapat secara aktif memperhatikan dan menanggapi keluhan terkait produk maupun pelayanan yang diberikan oleh pelanggan yang didapatkan saat melakukan pembelian *dine-in* di kedai kopi maupun ulasan secara *online* agar membuat Janji Jiwa bisa meningkatkan apa yang masih kurang produk maupun pelayanan dan dapat memperbaiki dan meningkatkan lebih lanjut untuk menjaga *customer satisfaction* sekaligus *brand image* pada Janji Jiwa.

e. Berdasarkan hasil, didapatkan juga bahwa *customer satisfaction* juga memediasi *service quality* terhadap *repurchase intention*, sehingga Janji Jiwa perlu fokus dalam memperhatikan dan memperkuat *service quality* khususnya pada *result quality* untuk memperhatikan kualitas rasa dan aroma yaitu dengan memastikan konsistensi resep, meningkatkan dan menjaga kualitas bahan baku, melakukan kontrol rasa antar barista dan antar kedai kopi, desain kedai kopi yang bersih, nyaman, serta visual yang konsisten dan menarik, serta menyediakan tempat yang luas agar pelanggan dapat merasa nyaman saat menikmati kopi di kedai kopi Janji Jiwa. Selain itu, Janji Jiwa dapat membuka serta memperhatikan kritik dan saran yang diberikan pelanggan agar Janji Jiwa dapat meningkatkan yang perlu ditingkatkan lebih lanjut pada *service quality* yang diberikan untuk menjaga *customer satisfaction* sekaligus *service quality* Janji Jiwa. Hal tersebut dapat dilakukan melalui penyebaran survey kepada pelanggan Janji Jiwa saat selesai melakukan pembelian secara *dine-in* di kedai kopi Janji Jiwa.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran yang dapat dilakukan dan diterapkan kepada peneliti selanjutnya yaitu menerapkan teknik *sampling* alternatif, khususnya *probability sampling*, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Sehingga, pendekatan ini diharapkan mampu menghasilkan data yang lebih representatif serta meningkatkan generalisasi hasil penelitian terhadap keseluruhan populasi pelanggan Janji Jiwa.