

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan seluruh pembahasan dari analisis statistik data yang sudah dilakukan pada penelitian ini mengenai temuan terkait dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas, baik dimediasi secara langsung ataupun melalui mediasi kepuasan pelanggan Fore Coffee. Maka, diperoleh kesimpulan bahwa, untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian ini, artinya jika pelanggan Fore Coffee merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fore coffee sangat baik, hal ini terlihat dari respon positif responden pada pernyataan bahwa Fore Coffee melayani secara tepat dan akurat. Sama halnya dengan variabel kualitas produk yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian ini, artinya jika produk yang ditawarkan oleh Fore Coffee memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka kepuasan mereka akan produk Fore Coffee juga akan meningkat. Terlihat dari respon positif responden terhadap produk Fore Coffee yang memiliki produk yang disajikan bersih dan higienis.

Lebih lanjut, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas secara langsung, artinya jika pelanggan Fore Coffee merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fore Coffee sangat baik, maka loyalitas mereka pada Fore Coffee akan meningkat. Sementara itu, variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Artinya, meskipun kualitas produk Fore Coffee diapresiasi oleh pelanggan, hal tersebut tidak cukup kuat untuk secara langsung meningkatkan loyalitas pelanggan tanpa adanya faktor lain yang memediasi hubungan tersebut. Kemudian, temuan untuk variabel mediasi, yaitu variabel kepuasan pelanggan didapati berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas secara langsung, artinya jika kepuasan pelanggan Fore Coffee makin meningkat, maka loyalitas mereka pada Fore Coffee akan makin meningkat. Temuan tersebut menunjukkan potensi dari variabel kepuasan pelanggan sebagai mediator untuk variabel independent pada penelitian ini.

Kemudian, hasil analisis pengaruh tidak langsung atau pengaruh mediasi pada penelitian ini, didapati bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas. Artinya, peningkatan kualitas pelayanan akan menciptakan kepuasan pelanggan yang selanjutnya akan mendorong pelanggan menjadi lebih loyal terhadap Fore Coffee. Lebih lanjut, untuk variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap variabel loyalitas, artinya dengan adanya peningkatan kualitas produk maka akan tercipta kepuasan pelanggan, yang selanjutnya akan mendorong pelanggan menjadi lebih loyal. Berdasarkan hasil tersebut, peran mediasi sangat penting pada penelitian ini, karena mampu meningkatkan pengaruh keseluruhan dari variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk pelanggan Fore Coffee.

Berdasarkan hasil jawaban dari responden, didapati bahwa persepsi mereka terhadap pelayanan dan produk Fore Coffee menunjukkan hasil yang baik, mulai dari penilaian positif terhadap kualitas pelayanan hingga kualitas produk. Meskipun demikian, beberapa responden juga menunjukkan persepsi negatif terkait ekspektasi yang belum sepenuhnya terpenuhi, baik dari sisi pelayanan maupun produk. Dengan demikian, semua variabel independen pada penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, serta variabel mediasi berupa kepuasan pelanggan, terbukti berperan dalam mempengaruhi variabel dependen, yaitu loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi kunci utama dalam membangun loyalitas, menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara konsisten.

Secara implikasi, hasil penelitian ini memberikan arahan bagi manajemen Fore Coffee untuk fokus pada dua hal utama. Pertama, peningkatan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf, standarisasi prosedur layanan, serta penguatan interaksi yang personal dengan pelanggan agar pengalaman pelanggan lebih memuaskan. Kedua, peningkatan kualitas produk melalui inovasi menu, konsistensi rasa dan penyajian, serta pemantauan kepuasan pelanggan secara berkala. Dengan strategi tersebut, perusahaan dapat tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang melebihi ekspektasi, sehingga loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan secara berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan bahwa penciptaan

loyalitas pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas produk semata, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang konsisten, memuaskan, dan berfokus pada pengalaman pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang ditetapkan oleh para ahli dan standar akademik universitas. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah sampel dan objek penelitian yang digunakan relatif terbatas, yakni sebanyak 130 responden dari satu lokasi, yaitu pelanggan Fore Coffee yang beraktivitas di Jakarta Selatan. Jumlah tersebut tidak sepenuhnya mewakili persepsi seluruh pengguna Fore Coffee, sehingga hasil penelitian mungkin sulit digeneralisasikan ke wilayah atau cabang lainnya. Kedua, proses pengumpulan data dilakukan secara daring melalui Google Form yang disebarkan melalui jejaring sosial. Mekanisme ini membuat peneliti tidak dapat memastikan tingkat kesungguhan atau ketelitian responden dalam menjawab kuesioner, sehingga sebagian tanggapan berpotensi tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi nyata karena adanya bias atau faktor di luar kendali peneliti. Ketiga, penelitian ini hanya menitikberatkan pada beberapa variabel, yakni kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel independen, kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, serta loyalitas sebagai variabel dependen. Adanya keterbatasan ini menunjukkan bahwa variabel yang diteliti bukan merupakan satu-satunya faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga kemungkinan terdapat faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini yang juga berperan dalam membentuk loyalitas Fore Coffee.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan berbagai keterbatasan yang telah diuraikan, terdapat tiga saran utama yang dapat menjadi rekomendasi bagi Fore Coffee maupun bagi penelitian selanjutnya. Pertama, Fore Coffee diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan karena variabel ini terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Upaya peningkatan tersebut dapat dilakukan melalui pelatihan berkala bagi staf, penguatan standar pelayanan, serta penciptaan pengalaman konsumsi yang lebih nyaman dan responsif sehingga mampu memenuhi ekspektasi pelanggan secara konsisten.

Kedua, Fore Coffee perlu menjaga sekaligus meningkatkan kualitas produknya secara berkelanjutan, mengingat kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas. Konsistensi kualitas rasa, aroma, dan penyajian produk perlu diperhatikan secara lebih serius, diiringi dengan inovasi menu yang relevan dengan preferensi pelanggan. Selain itu, aspek lain seperti citra merek, kenyamanan gerai, serta program loyalitas juga perlu diperkuat karena faktor-faktor tersebut berpotensi memberikan kontribusi lebih besar dalam membentuk loyalitas pelanggan dibandingkan kualitas produk semata.

Ketiga, bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian melalui penambahan jumlah sampel, penggunaan metode pengumpulan data yang lebih beragam, serta memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas, seperti pengalaman pelanggan, persepsi nilai, atau citra merek. Pendekatan metodologis yang lebih komprehensif, termasuk kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif, juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian mendatang diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih representatif dan memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perilaku konsumen pada industri kedai kopi.