

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai kepuasan konsumen Thai Tea Pada Generasi Millennial, maka diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk memberikan peran nyata atau signifikan terhadap Kepuasan Konsumen berdasarkan indikator-indikator yang digunakan yaitu cita rasa, pilihan produk, pengembangan kualitas, kecepatan, dan perasaan konsumen.
2. Variabel Kualitas Pelayanan memberikan peran nyata atau signifikan terhadap Kepuasan Konsumen berdasarkan indikator-indikator yang digunakan yaitu perlengkapan & penampilan, kemampuan layanan, dan kesediaan respon.
3. Variabel Citra Merek memberikan peran nyata atau signifikan terhadap Kepuasan Konsumen berdasarkan indikator-indikator yang digunakan yaitu rasa percaya konsumen, kekuatan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek.

V.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian dalam penelitian yang telah dijalankan ini tentu memiliki beberapa keterbatasan, hal tersebut antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek sehingga tidak dapat mewakili hasil dari variabel lainnya yang berpotensi mempengaruhi kepuasan konsumen sesuai dengan topik penelitian.
2. Jumlah responden yang digunakan hanya 75 responden sehingga data kuesioner yang didapatkan dan disimpulkan hanya berdasarkan pada data 75 responden tersebut.
3. Jenis produk yang digunakan pada penelitian ini hanyalah produk minuman Thai Tea, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk jenis produk-produk yang lainnya.
4. Objek yang dipakai pada penelitian ini hanya kategori minuman *Bubble Drink* sehingga tidak dapat menggambarkan objek kategori minuman lainnya yang sejenis dan berpotensi mempengaruhi dengan menggunakan variabel tersebut.

V.3. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan uraian kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen Thai Tea Hop-hop maka dari itu untuk lebih dikuatkan pada variabel kualitas produk melalui indikator cita rasa, pilihan produk, pengembangan kualitas, kecepatan, dan perasaan konsumen.
2. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen Thai Tea Hop-hop maka dari itu untuk lebih dikuatkan pada variabel kualitas pelayanan melalui indikator perlengkapan & penampilan, kemampuan layanan, dan kesediaan respon.
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen Thai Tea Hop-hop maka dari itu untuk lebih dikuatkan pada variabel citra merek melalui indikator rasa percaya konsumen, kekuatan asosiasi merek, dan keunikan a sosiasi merek.
4. Saran untuk penelitian mendatang, diharapkan agar menambahkan variabel di luar dari variabel bebas yang lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh variabel kepuasan konsumen secara mendalam. Seperti variabel harga, promosi, lokasi, dan lain-lain.