

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *coffee shop* Bento Kopi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman pelanggan (*customer experience*) ketika melakukan pembelian di *coffee shop* Bento Kopi maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan *coffee shop* Bento Kopi.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *coffee shop* Bento Kopi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di *coffee Shop* Bento Kopi. Semakin baik atau semakin tidak baik kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan tidak akan mempengaruhi loyalitas pelanggan *coffee Shop* Bento Kopi.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *coffee shop* Bento Kopi. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa semakin sesuai harga yang

ditawarkan dengan harapan pelanggan maka akan menyebabkan tingginya loyalitas pada pelanggan *coffee shop* Bento Kopi.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer experience*, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penilaian pelanggan terhadap *customer experience*, kualitas pelayanan, dan harga maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan di *coffee shop* Bento Kopi.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *customer experience*, kualitas pelayanan dan harga memberikan kontribusi pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 25,3%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini dan lebih berperan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Untuk itu pada penelitian selanjutnya perlu diuji cobakan dengan menguji variabel lainnya atau menambahkan variabel lainnya pada model penelitian yang digunakan peneliti saat ini.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *customer experience*, dapat diketahui bahwa indikator *Feel* yang meliputi konsep *coffee shop* memiliki rata-rata penilaian yang terendah. Hal ini dikarenakan konsep yang ditampilkan oleh *coffee shop* Bento Kopi masih belum memiliki daya tarik yang kuat untuk mengungguli *coffee shop* lainnya. Oleh karenanya disarankan agar dilakukan penataan ulang ruangan serta menambahkan konsep yang lebih unik sebagai daya tarik baru.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan, dapat diketahui bahwa indikator daya tanggap yang meliputi kecepatan pelayanan memiliki rata-rata penilaian yang terendah. Hal ini diakibatkan oleh banyaknya pesanan yang harus disediakan. Oleh karena itu disarankan agar *coffee shop* Bento Kopi melakukan peningkatan kualitas pelayanan dengan menambah Sumber daya manusia atau meningkatkan keterampilan dari karyawan yang ada.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel harga, dapat diketahui bahwa indikator rujukan memiliki rata-rata penilaian terendah. Hal ini kemungkinan terjadi karena adanya perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan terhadap *coffee shop* lain dengan terkait harga yang ditetapkan. Oleh karena itu, manajemen harus bisa menetapkan harga secara tepat dan kompetitif agar loyalitas pelanggan *coffee shop* Bento Kopi semakin meningkat.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak mengangkat loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen penelitian, peneliti menyarankan untuk bisa

menambah atau mengganti variabel-variabel independen seperti variabel lokasi dan variabel citra merek.