

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang positif dan sangat kuat antara persepsi terhadap kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pada Local Street Coffee Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis korelasi *Spearman rank* yang menghasilkan koefisien korelasi sebesar $r = 0,895$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Artinya, semakin positif persepsi terhadap kualitas produk yang dimiliki oleh konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan. Sebaliknya, semakin negatif persepsi terhadap kualitas produk, maka semakin rendah pula tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan yang menilai kualitas produk Local Street Coffee secara positif saat mengonsumsinya, cenderung merasa puas dengan pengalaman mereka. Sebaliknya, pelanggan yang memiliki penilaian negatif terhadap kualitas produk cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih rendah. Hal ini sesuai dengan hasil kategorisasi pada skala kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa sebanyak 49 responden (71%) memiliki tingkat kepuasan tinggi, dan 20 responden (29%) memiliki kepuasan sedang. Tidak ada responden yang berada dalam kategori kepuasan rendah, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara umum, tingkat kepuasan pelanggan Local Street Coffee tergolong tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek daya tarik produk menjadi aspek yang memperoleh penilaian paling tinggi dari responden. Hal ini mengindikasikan bahwa Generasi Z cenderung menilai kualitas produk Local Street Coffee dari faktor estetika atau penampilan produk yang menarik. Sebaliknya, aspek kinerja mendapatkan skor paling rendah dibandingkan dimensi lainnya, yang menunjukkan adanya potensi perbaikan terkait dengan performa utama produk yang ditawarkan. Temuan ini memperlihatkan bahwa meskipun Local Street Coffee berhasil menarik perhatian pelanggan melalui tampilan produk, peningkatan kualitas pada aspek kinerja tetap diperlukan agar dapat memberikan kepuasan yang lebih optimal.

Sementara itu, hasil kategorisasi pada skala persepsi terhadap kualitas produk menunjukkan bahwa sebanyak 39 responden (57%) menilai kualitas produk Local Street Coffee dalam kategori tinggi, dan 30 responden (43%) dalam kategori sedang. Tidak ada responden yang berada dalam kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan memiliki penilaian yang cukup baik hingga sangat baik terhadap kualitas produk yang ditawarkan oleh Local Street Coffee. Artinya, semakin tinggi persepsi kualitas produk yang ditawarkan oleh Local Street Coffee Yogyakarta, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara persepsi terhadap kualitas produk dan kepuasan pelanggan pada Local Street Coffee Yogyakarta dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan oleh peneliti.

1. Bagi Subjek (Local Street Coffee Yogyakarta)

Diharapkan Local Street Coffee Yogyakarta dapat terus mempertahankan dan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap kualitas produk yang telah terbentuk, khususnya pada aspek-aspek yang telah dinilai baik oleh pelanggan . namun demikian, perlu perhatian leboh terhadap beberapa aspek yang masih dirasa kurang optimal, seperti rasa produk yang belum konsisten, informasi produk yang kurang jelas, serta persepsi harga yang dianggap belum sebanding dengan kualitas yang ditawarkan. Dengan melakukan perbaikan terhadap aspek-aspek tersebut, diharapkan local street coffee Yogyakarta mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara lebih merata dan mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan jangka Panjang.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian berikutnya disarankan untuk melakukan analisis yang lebih spesifik terhadap masing-masing dimensi kualitas produk, Dengan fokus yang lebih mendalam pada tiap aspek, peneliti selanjutnya dapat mengetahui faktor mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan dan membentuk terjadinya loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan variabel tambahan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku pelanggan di industri kedai kopi keliling.