

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan sebelumnya mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Kenangan Cabang Pejaten Village, maka ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kopi kenangan cabang pejaten village.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kopi kenangan cabang pejaten village. Artinya semakin strategis dan nyaman lokasi maka semakin meningkat kepuasan konsumen.
3. Persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kopi kenangan cabang pejaten village.
4. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kopi kenangan cabang pejaten village. Artinya semakin tinggi yang dilakukan promosi maka semakin meningkatnya kepuasan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan Analisa dalam dan kesimpulan tersebut, maka saran yang dapat dijadikan sebagai masukan, sebagai berikut:

1. Manajemen Kopi Kenangan Cabang Pejaten Village
 - a. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka manajemen harus:
 - 1) Meningkatkan nilai lokasi dengan cara menyediakan layanan *drive thru* yang dipesan melalui aplikasi dan saat ditake away customer, pesanan sudah siap, tanpa harus memarkir kendaraannya.
 - 2) Meningkatkan promosi dengan cara mengelola promosi pada media sosial dengan memperhatikan konten menjadi beberapa kategori yaitu konten terkait promo, informasi-informasi lain, dan juga saran serta komplain. Selain itu, media sosial juga dipastikan mampu memberikan komunikasi dua arah, agar konsumen yang bertanya mengenai promosi tertentu dapat memperoleh jawaban secepat mungkin.

- b. Untuk membentuk kepuasan pelanggan maka manajemen harus:
- 1) Menggunakan strategi dalam membangun persepsi yang baik terkait daya beli yaitu dengan menggunakan strategi *competition-based pricing* atau strategi penetapan harga dengan melibatkan biaya, strategi dan produk pesaing.
 - 2) Kantor pusat membuat beberapa kategori yang dapat diputuskan langsung oleh cabang berdasarkan review pelanggan, mana yang tidak. Dan memberikan pelatihan *hospitality* serta bagaimana membaca emosi pelanggan berdasarkan gerak geriknya, sehingga petugas dapat menentukan sikap seperti apa yang seharusnya diberikan disesuaikan dengan kondisi konsumen tersebut.
2. Peneliti selanjutnya
- Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang berbeda dalam determinan kepuasan pelanggan, selain itu dapat juga menggunakan produk yang berbeda dalam penelitiannya.

