

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Experience* dan *Brand Experience* Terhadap Minat Beli Ulang Pada J.CO Coffee di Jakarta Selatan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada J.CO Coffee di Jakarta Selatan. Hal ini memiliki arti bahwa Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan Minat Beli Ulang konsumen J.CO Coffee.
2. *Customer Experience* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada J.CO Coffee di Jakarta Selatan. Hal ini memiliki arti bahwa *Customer Experience* dapat meningkatkan Minat Beli Ulang konsumen J.CO Coffee.
3. *Brand Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada J.CO Coffee di Jakarta Selatan. Hal ini memiliki arti bahwa *Brand Experience* dapat meningkatkan Minat Beli Ulang konsumen J.CO Coffee.

Secara keseluruhan hasil penelitian ini menegaskan pentingnya perusahaan untuk fokus pada peningkatan kualitas pelayanan, menciptakan *customer experience* yang positif, dan membangun *brand experience* yang kuat. Ketiga faktor ini terbukti secara empiris berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen J.CO Coffee di Jakarta Selatan. Dengan demikian, investasi dalam peningkatan aspek-aspek tersebut merupakan strategi yang efektif untuk mendorong loyalitas pelanggan dan kesuksesan bisnis jangka panjang.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian serta hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi *brand* J.CO Coffee terutama pada J.CO Coffee untuk mempertahankan serta meningkatkan Minat Beli Ulang, diantaranya sebagai berikut :

1. J.Co Coffee mampu membangun kualitas pelayanan karena dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli ulang khususnya pada indikator ketanggapan (*responsiveness*) dan empati (*emphaty*) memperoleh skor sempurna 5, hal ini J.CO perlu mempertahankannya. Namun, J.Co Coffee harus lebih fokus untuk meningkatkan indikator lain seperti keandalan (*reliability*) yang mempunyai skor 4 dapat dicapai dengan menjaga konsistensi layanan, mempersingkat waktu tunggu, serta mengembangkan sistem pencatatan untuk memastikan keakuratan layanan. Selain itu, jaminan (*assurance*) yang juga mendapat skor 4 dapat ditingkatkan dengan memperkuat keamanan data dan transaksi guna membangun kepercayaan pelanggan terhadap layanan. Dengan terus memantau dan meningkatkan kualitas pelayanan, J.CO dapat mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka
2. J.Co Coffee mampu membangun *customer experience* karena dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli ulang. Nilai tinggi pada indikator *Sense* dengan skor 5 menunjukkan bahwa pelanggan sangat menikmati suasana di J.CO, mencakup musik, pencahayaan, dan kebersihan. Namun, skor 4 pada indikator *feel*, *think*, dan *relate* menunjukkan J.Co Coffee harus lebih fokus pada peningkatan indikator tersebut. *Feel* dapat ditingkatkan dengan menghadirkan atmosfer yang nyaman dan menyenangkan melalui desain interior yang estetik. *Think* dapat diperkuat dengan menghadirkan menu yang unik dan inovatif serta menyediakan edukasi seputar kopi, seperti workshop pembuatan kopi atau informasi mengenai asal-usul biji kopi yang digunakan. Sementara itu, *Relate* dapat diperkuat dengan membangun komunitas pelanggan melalui program loyalitas, keterlibatan aktif di media sosial, serta kolaborasi dengan komunitas pecinta kopi guna meningkatkan interaksi pelanggan. Sehingga diharapkan dapat memberi peningkatan dalam minat beli ulang pelanggan di J.Co Coffee.
3. J.Co Coffee mampu membangun *brand experience* skor tertinggi ada pada *intellectual brand experience* dan *sensory brand experience* dengan skor 4,5, menunjukkan bahwa merek J.CO berhasil menginspirasi pelanggan untuk berpikir lebih dalam tentang produk yang ditawarkan. Namun, skor 3,5 pada *behavioral brand experience* menunjukkan area yang perlu ditingkatkan.

Meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan menghadirkan pengalaman yang lebih interaktif dan emosional, seperti menambahkan sentuhan personal dalam proses pembelian. Misalnya, rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi masing-masing pelanggan dapat mempererat hubungan mereka dengan merek. Dengan fokus pada peningkatan *behavioral brand experience*, J.CO dapat memperkuat *brand image* dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

