

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien jalur sebesar 0,284 dan probabilitas sebesar $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Kedai Filosofi Kopi maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien jalur sebesar 0,212 dan probabilitas sebesar $0,024 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik inovasi produk yang diberikan Kedai Filosofi Kopi maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keunggulan bersaing, dengan koefisien jalur sebesar 0,097 dan probabilitas sebesar $0,027 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Kedai Filosofi Kopi maka keunggulan kompetitif akan semakin meningkat sehingga pelanggan akan semakin puas.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keunggulan bersaing, dengan koefisien jalur sebesar 0,093 dan probabilitas sebesar $0,045 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik inovasi produk yang diberikan Kedai Filosofi Kopi maka keunggulan kompetitif akan semakin meningkat sehingga pelanggan akan semakin puas.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan yaitu kepada :

1. Meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada dimensi empati khususnya indikator keramahan pelayan dalam melayani pelanggan. Pelanggan akan datang ke Kedai Filosofi Kopi yang sama kesekian kalinya mengindikasikan mereka nyaman. Nyaman dalam arti mereka disambut dengan keramahan. Keramahan pelanggan dapat diawali dengan komunikasi yang intensif antara pelayan atau barista dengan pelanggan misalnya dengan interaksi bisa memulai percakapan yang ringan, di tengah kesibukan menyajikan pesanan para pelanggan.
2. Perusahaan hendaknya melakukan inovasi produk terutama pada konsep Kecepatan pengembangan produk baru, karena indikator ini merupakan indikator yang dinilai paling rendah. Perusahaan hendaknya memiliki standar operasional yang jelas dan pasti pembuatan produk baru, sehingga secara periodik ada produk baru yang diluncurkan ke pasar, untuk

memberikan surprise kepada pelanggan, tentang produk apa hari ini yang baru.

3. Bagi Peneliti lainnya

Sebaiknya melakukan penelitian yang sama, dengan menyempurnakan model penelitian, misalnya dengan menambahkan variabel lain misalnya ditinjau dari variabel kinerja perusahaan atau variabel lainnya.

