

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany sudah menerapkan variabel bauran pemasaran sebagai alat bantu pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa bauran pemasaran yang dilakukan untuk kopi BIKLA adalah baik, meskipun masih terdapat beberapa variabel yang perlu dimaksimalkan lagi.
2. Berdasarkan hasil pengujian data menggunakan SEM-PLS diketahui bahwa variabel harga produk, promosi, proses, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kopi BIKLA. Sedangkan variabel produk, tempat, dan orang berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen kopi BIKLA.
3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kopi BIKLA dapat dilihat hasil perhitungan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) sebesar 79,86 %. Nilai tersebut berarti bahwa konsumen merasa puas terhadap kinerja atribut kopi BIKLA yang meliputi rasa kopi, variasi kopi, kecepatan pelayanan, ketrampilan karyawan, kesigapan menanggapi keluhan, fasilitas yang baik, dan kerapian penampilan karyawan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany dapat mempertahankan kualitas produknya agar tetap mendapat kepercayaan dari konsumen. Mempertahankan proses pengolahan yang bersih dan higienis, serta lebih baik dalam memberikan respon terhadap konsumen.
2. Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany dapat membuat promosi yang menarik perhatian konsumen tentang kopi BIKLA, menyesuaikan desain kemasan dan desain promosi sesuai dengan target market, dengan tetap memperhatikan kepraktisan dan kenyamanan pembeli. Memperhatikan kinerja dan penampilan karyawan agar dapat menimbulkan kepuasan konsumen yang tinggi sehingga volume penjualan produk kopi BIKLA meningkat.
3. Meningkatkan kinerja atribut penampilan karyawan yang berada pada nilai terendah dalam MIS dengan memberikan seragam untuk karyawan sehingga dapat menjadi identitas perusahaan. Selain itu dapat membuat aturan atau SOP mengenai kerapian karyawan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kopi BIKLA.