

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis lingkungan fisik dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Generasi Z di Toko Kopi Bersaudara dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut ini:

1. Pelanggan Toko Kopi Bersaudara kebanyakan Generasi Z yang berusia 20-30 tahun, baik laki-laki maupun perempuan. Mayoritas dari mereka adalah pelajar/mahasiswa dan memiliki pendapatan ekonomi menengah ke bawah. Mereka secara teratur mengalokasikan sebagian kecil pendapatannya untuk berkunjung ke Toko Kopi Bersaudara, berkunjung tersebut dominan frekuensinya tiga hingga lima kali dalam sebulan. Persepsi konsumen tersebut terhadap lingkungan fisik cenderung menyukai lingkungan fisik yang estetik, modern, dan instagramable, karena hal tersebut mendukung ekspektasi mereka terhadap *café*. Serta produk yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga memiliki nilai transparansi dalam proses pembuatannya.
2. Lingkungan fisik dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Toko Kopi Bersaudara dalam menjaga kualitas produknya terutama minuman kopinya, konsistensi dalam menjaga kualitas produk mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan *café* ini kepada orang lain, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas mereka terhadap Toko Kopi Bersaudara.
3. Lingkungan fisik dan kualitas produk melalui kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Kopi

Bersaudara. Suasana *café* yang nyaman dengan kualitas produk yang berkualitas, pengalaman yang diberikan Toko Kopi Bersaudara mampu memenuhi harapan pelanggan yang pada akhirnya melakukan kunjungan dan pembelian berulang. Dengan demikian, kepuasan pelanggan menjadi faktor mediasi yang kuat dalam memperkuat loyalitas melalui lingkungan fisik dan kualitas produk.

## 5.2 **Saran**

### a. **Perusahaan**

Toko Kopi Bersaudara terus mengoptimalkan lingkungannya agar tetap sesuai dengan preferensi pelanggannya. Selain itu, perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produknya khususnya minuman kopi dengan memastikan konsistensi rasa, penyajian, daya tahan dan kesesuaian. Toko Kopi Bersaudara dalam hal kepuasan pelanggan dapat mengembangkan sistem umpan balik yang aktif dan merespons keluhan maupun saran secara cepat. Mayoritas pelanggan berasal dari kalangan pelajar strategi pemasaran yang tepat seperti paket bundling yang berbeda setiap beberapa bulan sekali, pemberian voucher atau membership guna meningkatkan kunjungan berulang sehingga dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

### b. **Penelitian Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya bisa lebih fokus pada bagaimana lingkungan fisik dan kualitas produk dapat memengaruhi loyalitas pelanggan untuk tetap setia pada perusahaan. Analisis lebih mendalam terkait data pelanggan dapat memberikan wawasan yang lebih baik untuk mendukung pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.