

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, pengolahan data, hingga analisis data terkait pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Customer Experience* (CX) terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam aplikasi Fore Coffee di Surabaya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa peningkatan dalam strategi *Customer Relationship Management* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan aplikasi Fore Coffee di Surabaya.
2. *Customer Experience* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman pelanggan yang baik dapat meningkatkan kepuasan mereka saat menggunakan aplikasi.
3. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk tetap loyal.
4. Kepuasan pelanggan berfungsi sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara CRM dan CX dengan loyalitas pelanggan. Ini menunjukkan bahwa baik CRM maupun CX dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang dihasilkan.

5. **Simultanitas Pengaruh CRM dan CX:** Secara simultan, baik CRM maupun CX memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, menunjukkan pentingnya kedua faktor tersebut dalam strategi bisnis Fore Coffee.

Kesimpulan ini menegaskan pentingnya peningkatan CRM dan CX untuk membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang didapatkan, maka terdapat beberapa saran dari peneliti, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

- a) Fore Coffee perlu mempertahankan dan meningkatkan strategi CRM, serta terus berinovasi dalam memberikan informasi yang jelas dan responsif kepada pelanggan.
- b) Perusahaan harus fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan di setiap titik interaksi untuk menciptakan pengalaman yang positif dan berkesan.
- c) Membangun program loyalitas yang menarik dan memberikan manfaat bagi pelanggan setia dapat mendorong pelanggan untuk tetap loyal dan melakukan pembelian berulang.
- d) Secara aktif mendengarkan umpan balik dari pelanggan dan melakukan perbaikan berkelanjutan berdasarkan informasi tersebut sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di industri kopi, serta melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam untuk hasil yang lebih representatif. Selain itu, disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang beragam, seperti wawancara mendalam atau studi kasus, untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika loyalitas pelanggan.