

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil studi yang menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Kopi Bumantara di Kota Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, seperti keramahan karyawan, kecepatan penyajian, ketepatan pesanan, serta kenyamanan tempat usaha, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan.
- b. Promosi memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Pelanggan serta menjadi variabel yang paling dominan. Artinya, strategi promosi yang dilakukan Toko Kopi Bumantara, baik melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, pemberian diskon, maupun promo bundling, sangat efektif dalam menarik minat pelanggan dan mendorong pembelian ulang.
- c. Persepsi Harga memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Ketika pelanggan menilai harga sebagai wajar, terjangkau, dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh (value for money).

5.2 Saran

Peneliti menyajikan sejumlah rekomendasi yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan strategi dan kebijakan pemasaran digital berlandaskan temuan studi mengenai Pengaruh Kualitas pelayanan , Promosi dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Kopi Bumantara Di Kota Surabaya seperti di bawah ini:

- a) Bagi Toko Kopi Bumantara, proses pelayanan harus dipertahankan dan selanjutnya harus lebih ditingkatkan. kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan rutin kepada karyawan terkait *proses pelayanan berlangsung dengan waktu yang efisien*. Selain itu, konsistensi standar pelayanan perlu dijaga, terutama dalam hal kecepatan penyajian dan kebersihan area cafe. Untuk mengetahui evaluasi langsung dari pelanggan, pihak manajemen juga dapat menyediakan kotak saran atau survei kepuasan secara digital.
- b) Dalam aspek promosi, Toko Kopi Bumantara disarankan untuk minimal harus dipertahankan dan selanjutnya harus lebih ditingkatkan seperti *karyawan mampu meyakinkan pelanggan untuk menggunakan produk*. strategi pemasaran digital melalui peningkatan konsistensi dan kreativitas konten di media sosial seperti Instagram dan TikTok, misalnya dengan mengadakan giveaway, challenge, maupun memanfaatkan user-generated content. Program loyalitas seperti kartu member, sistem poin, atau promo khusus bagi pelanggan tetap juga dapat diterapkan untuk meningkatkan retensi pelanggan.
- c) Dari sisi persepsi harga, Toko Kopi Bumantara disarankan untuk minimal harus dipertahankan dan selanjutnya harus lebih ditingkatkan seperti dalam *Kualitas yang diberikan perusahaan sepadan dengan harga yang ditetapkan*. perlu menjaga stabilitas harga agar tetap kompetitif dibandingkan kedai kopi sejenis di Surabaya. Penawaran paket bundling atau menu hemat dapat menjadi strategi yang efektif untuk menarik segmen mahasiswa dan pekerja muda. Transparansi dalam pencantuman daftar harga juga penting agar pelanggan merasa nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap usaha.
- d) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan variabel lain seperti kepuasan pelanggan, citra merek, lokasi, atau kualitas produk guna memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu,

penggunaan jumlah sampel yang lebih besar atau perluasan objek penelitian ke cabang maupun kedai kopi lain dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif. Penggunaan metode analisis tambahan, seperti SEM berbasis covariance atau pendekatan kualitatif, juga dapat dipertimbangkan untuk memperdalam pemahaman mengenai perilaku pelanggan.