

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan pada masyarakat DKI Jakarta dengan rentang usia 17 – 40 tahun keatas mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan mendapatkan kesimpulan yang dibuktikan dengan hipotesis yang ditetapkan pada bagian awal penelitian. Penelitian yang telah dilakukan mulai dari bulan Februari 2021 sampai dengan Juni 2021 mendapatkan hasil yaitu sebagai berikut.

1. Adanya pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, masyarakat DKI Jakarta cenderung memberikan tanggapan positif terhadap harga yang ditawarkan oleh *coffee shop* sehingga menciptakan rasa kepuasan pelanggan.
2. Adanya pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, Kualitas produk mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan masyarakat DKI Jakarta dan memungkinkan masyarakat untuk merasakan manfaat dari kualitas produk yang disajikan.
3. Adanya pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin harga yang ditawarkan

sesuai dengan keinginan masyarakat DKI Jakarta maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. Adanya pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, kualitas produk yang diberikan semakin baik dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan masyarakat DKI Jakarta maka akan meningkatkan kelayakitan pelanggan.
5. Adanya pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, kepuasan yang dirasakan masyarakat DKI Jakarta akan mengakibatkan kelayakitan masyarakat dengan manfaat yang dirasakan.
6. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Artinya, kepuasan pelanggan yang dibentuk oleh harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada kalangan masyarakat DKI Jakarta.
7. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Artinya, kepuasan pelanggan yang dibentuk oleh kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada kalangan masyarakat DKI Jakarta.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh adanya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang dibentuk oleh harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan variabel harga dan kualitas produk melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan yang dibentuk oleh harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan masyarakat DKI Jakarta. Oleh sebab itu, harga dan kualitas produk yang merupakan faktor strategis dalam meningkatkan loyalitas pelanggan harus ditingkatkan, karena hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas pelanggan masyarakat DKI Jakarta.

Adapun indikator tertinggi harga adalah harga dari *coffee shop* janji jiwa lebih ekonomis dengan presentase 29%, tingginya presentase tersebut menggambarkan bahwa masyarakat DKI Jakarta merasa harga *coffee shop* janji jiwa lebih ekonomis dibandingkan merek lain. Sedangkan indikator terendah adalah saya membeli produk *coffee shop* janji jiwa dalam jumlah tertentu, untuk mendapatkan potongan harga dengan presentase 20,61%.

Rendahnya presentase skor indikator tersebut disebabkan karena mereka merasa potongan harga yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan harus bisa memberikan penawaran khusus dan terjangkau untuk pembelian *coffee shop* dengan jumlah yang sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Adapun indikator kualitas produk yang tertinggi dengan presentase sebesar 26,82% yaitu *coffee shop* janji jiwa dapat bertahan untuk dapat

dikonsumsi satu sampai dua hari. Tingginya presentase tersebut menunjukkan bahwa, kualitas produk yang disajikan sangatlah baik dan aman untuk dikonsumsi. Sedangkan indikator terendah yaitu *coffee shop* janji jiwa memiliki tampilan produk yang unik dengan presentase sebesar 22,40%. Hal ini menggambarkan bahwa, *coffee shop* janji jiwa kurang memperhatikan keunikan dari produk tersebut dibandingkan dengan produk sejenisnya. Untuk mengatasi hal ini, *coffee shop* janji jiwa harus selalu melakukan inovasi terhadap keunikan dan memiliki karakteristik tersendiri agar bisa bersaing dengan produk merek lain yang sejenisnya.

Selanjutnya, indikator kepuasan pelanggan tertinggi yaitu dengan presentase 27,03% adalah saya nyaman dengan pelayanan *coffee shop* janji jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa, pelayanan yang diberikan oleh *coffee shop* janji jiwa sangat berkesan dan masyarakat DKI Jakarta merasakan kepuasan dalam mengunjungi outlet *coffee shop* janji jiwa. Adapun indikator terendah yaitu saya senang mengkonsumsi *coffee shop* janji jiwa dengan presentase sebesar 20,08%. Hal ini menggambarkan bahwa, masyarakat merasakan adanya ketidakpuasan dalam hal produk yang ditawarkan *coffee shop* Janji jiwa. Untuk mengatasi hal ini, *coffee shop* janji jiwa harus selalu berinovasi terutama dalam menyajikan varian menu yang beragam agar masyarakat DKI Jakarta bisa memilih dengan banyak pilihan yang disajikan oleh *coffee shop* janji jiwa.

### C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman yang peneliti rasakan ketika melakukan penelitian. Terdapat beberapa keterbatasan, dan untuk peneliti selanjutnya dapat memperhatikannya untuk lebih meningkatkan penelitian selanjutnya.

Beberapa keterbatasan penelitian:

1. Populasi dari penelitian ini hanya masyarakat DKI Jakarta belum menyeluruh ke masyarakat lain di luar DKI Jakarta.
2. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data dengan menggunakan teknologi analisis jalur dan survei melalui kuesioner yang disebarakan secara daring.
3. Survei dilakukan secara daring, dimana segala sesuatunya terbatas dan dapat dilihat bahwa secara daring tidak sedikit ada kelamahan.
4. Menurut peneliti, jawaban kuesioner yang diterima masih kurang konsisten dikarenakan responden kurang teliti dalam mengisi kuesioner.

### D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, maka rekomendasi penelitian ini ditunjukkan kepada pihak-pihak berikut yaitu *coffee shop* janji jiwa dan peneliti selanjutnya, yaitu:

1. *Coffee shop* Janji Jiwa
  - a. *Coffee shop* janji jiwa harus menawarkan harga yang ekonomis dan terjangkau dibandingkan merek lain.

- b. *Coffee shop* janji jiwa selalu melakukan inovasi terhadap kualitas produknya seperti ditambahkan varian menu.
- c. *Coffee shop* janji jiwa harus menyajikan dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar mereka merasakan kepuasan dan mengakibatkan loyal.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Berdasarkan hasil penelitian yaitu harga dan kualitas produk secara tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Maka dari itu, rekomendasi untuk peneliti selanjutnya adalah:
- b. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel yaitu harga, kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel lainnya untuk diteliti selanjutnya seperti kualitas pelayanan, atmosfer, saluran distribusi, keputusan pembelian, dan lainnya untuk diteliti selanjutnya.
- c. Dalam penelitian ini hanya masyarakat DKI Jakarta, metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *puposive sampling*. Saya berharap, untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas populasi penelitian di luar DKI Jakarta.
- d. Penelitian ini menggunakan metode survei dan teknik analisis jalur. Sehingga, peneliti selanjutnya diharapkan bisa meneliti dengan menggunakan metode lainnya.

- e. Untuk mendapatkan penelitian yang baik, kuatkan dengan teori yang sudah ada guna memperkuat atau menunjang hasil penelitian serta menambahkan referensi peneliti selanjutnya.

