

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diteliti pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Relationship Marketing* pada Kenalin Ini Kopi berada pada kriteria setuju. Responden merasa setuju bahwa mereka memiliki relationship dengan kerabat untuk membahas atau memberitahukan mengenai toko kopi Kenalin Ini Kopi di Kabupaten Karawang.
2. Kualitas Produk pada penelitian ini berada pada kriteria setuju, artinya responden menyetujui bahwa Kualitas Produk yang ada di Kenalin Ini Kopi memiliki Kualitas yang baik.
3. Loyalitas Pelanggan pada penelitian ini berada pada kriteria setuju, dengan demikian sebagian besar responden cenderung loyal pada Kenalin Ini Kopi.
4. Berdasarkan pengujian korelasi antara *Relationship Marketing* dan Kualitas Produk memiliki koefisien korelasi sebesar 0,789 yang berada pada kriteria kuat. Hal ini membuktikan bahwa Relationship dan Kualitas Produk memiliki hubungan kuat.
5. Pengaruh parsial antara, *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 13,91 %, . Sedangkan untuk pengaruh parsial Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 42,7 %, . Hal ini

menunjukkan bahwa di dalam penelitian ini Kualitas Produk lebih banyak memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Pelanggan.

6. Pengaruh simultan *Relationship Marketing* dan Kualitas Prodyk terhadap Loyalitas Pelanggan mendapatkan R Square sebesar 0,567 atau 56,7 % sedangkan sisanya 43,3 % dipengaruhi oleh variabel lain (ϵ) yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
7. Temuan dari penelitian ini adalah modernisasi yang sudah melekat di masyarakat, sebelumnya orang – orang membeli dan meminum kopi dengan harga yang ramah di kantong yaitu di warung kopi pinggir jalan, karena toko kopi modern dengan suasana tempat yang nyaman dan kopi asli yang nikmat selalu dibanroll dengan harga mahal seperti Starbucks Coffe. Namun saat ini kedai kopi dengan harga standar yang ramah di kantong remaja atau pelajar dan memiliki suasana yang nyaman sudah menjamur di kota – kota besar maupun di kota kecil. Maka dari itu fenomena membuka bisnis kedai kopi sangat diminati oleh anak – anak muda yang memiliki cukup modal.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Terhadap Kenalin Ini Kopi

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat disampaikan saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan antara lain:

1. Diharapkan Kenalin Ini Kopi dapat lebih memperhatikan sekecil apapun masalah yang terajadi. Menambah anggota tim untuk

mengurus informasi mengenai Kenalin Ini Kopi dan produknya agar selalu tepat waktu memberikan informasi di tempat maupun di media sosial.

2. Diharapkan Kenalin Ini Kopi sering mengevaluasi produk – produk mereka, misalkan dengan mengadakan survei satu bulan sekali memakai sejumlah kuisioner kepada pelanggan yang datang. Atau mungkin bisa juga dilakukan pada media sosial mereka dengan cara *voting* mengenai visual makanan dan minuman, rasa, seperti apakah responden lebih menyukai makanan yang cenderung asin, manis atau mungkin pedas. Meningkatkan promosi digital agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui Kenalin Ini Kopi.
3. Tidak begitu berbeda dengan saran sebelumnya yaitu Kenalin Ini Kopi harus sering mengevaluasi produk seperti mengadakan produk bulanan yaitu mengadakan satu produk yang hanya ada satu bulan sekali dengan jangka waktu hanya beberapa hari atau program diskon bulanan seperti beli satu makanan gratis satu minuman agar pelanggan tetap melakukan pembelian karena terdapat hal – hal baru yang mereka lihat di Kenalin Ini Kopi.

5.2.2 Saran terhadap Peneliti Selanjutnya

Sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti berikutnya, diantaranya yaitu’:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai penelitian ini tetapi pada perusahaan lain atau objek yang berbeda dengan

memodifikasi model atau mengganti variabel untuk mengetahui respon konsumen.

2. Mampu mengaplikasikan teori berdasarkan hasil yang telah didapat.
3. Peneliti dapat melakukan penelitian dengan menggunakan metode lain seperti kualitatif agar dapat mengeksplorasi pikiran responden lebih luas dan lebih akurat.

