

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Coffee shop Kopi Kawa* di Bekasi, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun secara deskriptif pelanggan menilai desain interior dan suasana café sudah menarik dan nyaman, namun aspek ketanggapan (*responsiveness*), terutama kecepatan dalam melayani pesanan, masih menjadi kelemahan utama. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan, sehingga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Produk yang disajikan oleh Kopi Kawa dinilai konsisten dan sesuai dengan deskripsi di menu, sehingga meningkatkan rasa percaya pelanggan terhadap kualitas produk. Meskipun demikian, aspek daya tahan produk, terutama untuk pesanan *take away*, masih perlu ditingkatkan agar kualitas rasa dan bentuk tetap terjaga.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling besar di antara ketiga variabel bebas. Pelanggan menilai bahwa harga yang ditawarkan Kopi Kawa cukup kompetitif dibandingkan dengan *coffee shop* lain di Bekasi. Meskipun beberapa pelanggan merasa harga sedikit di atas daya beli mereka, nilai pengalaman dan kualitas produk yang diperoleh membuat harga dianggap sepadan (*value for money*).
4. Secara simultan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini

menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,441 menunjukkan bahwa 44,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 55,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, lokasi, atmosfer café, serta fasilitas pendukung.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan pada *Coffee shop Kopi Kawa* dapat dicapai dengan strategi terpadu yang menitikberatkan pada peningkatan kualitas pelayanan (terutama kecepatan dan ketanggapan), menjaga konsistensi kualitas produk, serta memastikan harga tetap kompetitif dan sesuai dengan persepsi nilai pelanggan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen *Coffee shop Kopi Kawa* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu:

### A. Bagi Pengelola Kopi Kawa

1. Meningkatkan kecepatan pelayanan. Kopi Kawa perlu memperkuat aspek *responsiveness* dengan melatih karyawan agar lebih tanggap dan efisien dalam melayani pelanggan, terutama pada jam-jam sibuk. Penambahan jumlah staf di waktu ramai atau penerapan sistem pemesanan digital dapat membantu mengurangi waktu tunggu pelanggan.
2. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Konsistensi rasa dan tampilan produk harus tetap dijaga melalui pengawasan ketat terhadap prosedur penyajian. Selain itu, perlu dikembangkan inovasi dalam sistem *packaging* agar kualitas produk *take away* tetap terjaga. Kopi Kawa juga dapat melakukan evaluasi rutin terhadap bahan baku dan standar penyajian untuk memastikan cita rasa tetap stabil.
3. Menetapkan strategi harga yang lebih adaptif. Manajemen perlu melakukan penyesuaian harga agar lebih sesuai dengan daya beli segmen utama

(mahasiswa dan pekerja muda), misalnya dengan menghadirkan menu *bundle* atau program *happy hour*. Hal ini dapat meningkatkan persepsi keterjangkauan tanpa mengurangi kualitas produk.

4. Memperkuat nilai pengalaman pelanggan (*customer experience*). Karena pelanggan Kopi Kawa menilai tinggi nilai suasana dan estetika tempat, maka café dapat terus memperkaya pengalaman pelanggan melalui kegiatan tematik, *live music*, area kerja yang nyaman, atau dekorasi musiman yang menarik untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

### **B. Bagi Peneliti Berikutnya**

Melakukan penelitian lanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti lokasi, promosi, suasana café, fasilitas pendukung, dan citra merek (*brand image*) untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian longitudinal juga dapat dilakukan untuk melihat perubahan perilaku dan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu