

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan pembahasan sesuai dengan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Dari hasil pembahasan secara umum, bahwa kualitas THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends terhadap pelanggannya belum memenuhi harapan. Hal ini dapat dilihat dari nilai perbandingan jawaban reponden antara kinerja dan harapan (P/E) pada dimensi *bukti fisik* sebesar 0,76; dimensi *empathy* sebesar 0,75; dimensi *reliability* sebesar 0,76; dimensi *responsiveness* sebesar 0,83, serta dimensi *assurance* sebesar 0,82.
2. Pelanggan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends cukup loyal, hal ini ditunjukkan dari nilai rata-rata sebesar 2,84 dimana penilaian loyalitas pelanggan dilihat dari pembelian ulang secara teratur sebesar 2,79; merekomendasikan kepada orang lain sebesar 2,79; dan kekebalan terhadap penawaran produk/jasa kafe lain sebesar 2,94. Dengan skala 1-5, maka nilai 2,97-2,94 adalah lebih dari cukup.
3. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends. Pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan jasa terhadap variabel loyalitas pelanggan adalah sebesar 47,03%. Artinya bahwa kualitas pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends memberikan dampak/pengaruh kepada

peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 47,03%, sedangkan sebesar 52,97% Loyalitas pelanggan dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian, misalnya promosi dan harga.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka untuk mengatasi permasalahan pelayanan jasa THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends, disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Meningkatkan Pelayanan khususnya kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan dan merespon dengan cepat keluhan-keluhan pelanggan sehingga pelanggan merasa sungguh-sungguh diperhatikan dan puas karena tingkat pelayanan yang cepat dan tepat;.
2. Besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends adalah 47.03%, berarti masih ada faktor lain yang cukup besar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan selain kualitas pelayanan seperti harga dan promosi. Untuk itu disarankan adanya penelitian lebih lanjut tentang hubungan antara harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan di THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends.