

BAB IV PENUTUP

Setelah selesai mengelola data dan menganalisis setiap variable yang diuji yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Nako, berikut kesimpulan serta saran yang diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat bagi Kopi Nako

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan yang berjudul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kesimpulan yang dapat diambil diantaranya yaitu:

1. Kualitas produk pada Kopi Nako dapat dikategorikan cukup baik namun ada beberapa indikator yang belum memenuhi harapan pelanggan seperti minuman dan makanan yang disajikan Kopi Nako memiliki cita rasa yang khas dan enak, produk minuman dan makanan lainnya yang ditawarkan Kopi Nako dapat diandalkan sebagai minuman yang berkualitas, memiliki daya tahan yang baik pada produk yang ditawarkan Kopi Nako, penyajian produk di Kopi nako memiliki ciri khas dan menarik. Meskipun demikian, pelanggan lain juga beranggapan menilai baik karena kualitas produk yang diberikan sudah sesuai apa yang diharapkan
2. Kualitas pelayanan pada Kopi Nako dapat dikategorikan baik, dimana kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, namun ada beberapa indikator yang masih belum memenuhi harapan pelanggan yaitu, peralatan makanan yang ada di kopi Nako kurang bersih, Karyawan Kopi Nako kurang memahami apa yang diinginkan pelanggan dan karyawan Kopi Nako sigap dalam menanggapi permintaan pelanggan.

3. Kepuasan pelanggan di Kopi Nako menunjukkan hasil pelanggan menilai cukup puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan, akan berkunjung kembali membeli produk Kopi Nako karena terpenuhinya harapan pelanggan serta akan merekomendasikan Kopi Nako kepada orang lain. Beberapa pelanggan masih mengeluh karena belum terpenuhinya harapan setelah melakukan pembelian di Kopi Nako.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variable kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang didasari dari analisis uji determinasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

4.2 Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, terdapat beberapa saran untuk Kopi Nako dan untuk penelitian berikutnya setelah diselesaikannya penelitian ini:

1. Pada variable kualitas produk masih ada pernyataan yang mempunyai skor dibawah rata-rata yaitu cita rasa produk yang disajikan Kopi nako enak, produk yang ditawarkan dapat diandalkan sebagai produk yang berkualitas, produk yang ditawarkan Kopi Nako tidak mudah basi. Terkait cita rasa produk yang disajikan Kopi Nako belum mempunyai keunikan, oleh karena itu Kopi Nako perlu membenahi kualitas bahan baku yang dibuat agar berbeda dari yang lainnya dan dapat bertahan lama jika pelanggan take away.
2. Berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan Kopi Nako diketahui ada beberapa pernyataan yang memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu saya suka Kopi Nako memiliki peralatan makanan yang bersih, saya suka karyawan Kopi Nako memahami apa yang diinginkan pelanggan, saya suka karyawan Kopi Nako sigap dalam menanggapi permintaan pelanggan, dengan adanya kekurangan pelayanan yang diberikan perusahaan harus memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan dengan melakukan memberikan motivasi terhadap karyawan untuk dapat melayani pelanggan sebaik

mungkin dan memberikan peralatan makan ataupun minum yang bersih agar pelanggan tidak khawatir saat mengkonsumsi produk yang disajikan.

3. Terakhir hasil penelitian pada variable kepuasan pelanggan di Kopi Nako juga dikategorikan baik namun terdapat pernyataan yang mempunyai skor dibawah rata-rata yaitu belum terpenuhinya produk yang diberikan Kopi Nako. Dengan begitu Kopi nako perlu memperbaiki apa yang menjadi kelemahan produk dan meningkatkan kelebihan produk yang diberikan, kemudian memberikan sesuatu yang baru yang berbeda denga par pesaingannya untuk meningkatkan persepsi konsumen bahwa Kopi Nako mampu memberikan kepuasan pelanggan.
4. Untuk penelitian yang lain, penulis berhadap bisa mengembangkan variable lain agar dapat lebih baik dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan seperti store atmosphere, harga, loyalitas pelanggan yang bertujuan agar penelitian lain bisa menyesuaikan keadaan yang intens kedepannya.