

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah saya lakukan pada variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada brand kopi kenangan, maka dapat disimpulkan bahwa :

Harga menjadi salah satu aspek penting yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan Rantau Prapat. Berdasarkan hasil penelitian, harga secara parsial terbukti memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila harga produk dianggap sepadan dengan kualitas yang diterima, karena mereka merasa bahwa nilai yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Sebaliknya, jika harga dinilai terlalu mahal atau tidak sesuai ekspektasi, konsumen dapat merasa kecewa dan berpotensi beralih ke merek lain yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih bersaing. Oleh sebab itu, penting bagi Kopi Kenangan untuk menetapkan strategi harga yang efektif agar tetap kompetitif di pasar. Melakukan evaluasi rutin terhadap persepsi konsumen terkait harga juga diperlukan untuk memastikan bahwa harga produk tetap sesuai dengan daya beli masyarakat di Rantau Prapat, sehingga kepuasan konsumen dapat terjaga dengan baik.

Lokasi menjadi salah satu faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen di Kopi Kenangan Rantau Prapat. Akses yang mudah, letak yang strategis, serta lingkungan yang nyaman merupakan aspek utama yang dipertimbangkan konsumen saat memilih tempat untuk berkunjung

atau bersantai. Lokasi yang mudah dijangkau akan meningkatkan kenyamanan konsumen karena mereka dapat mengakses produk dan layanan Kopi Kenangan dengan lebih efisien. Selain itu, lokasi yang berada di kawasan strategis, seperti pusat perbelanjaan, area perkantoran, atau dekat fasilitas umum, cenderung mendorong peningkatan frekuensi kunjungan konsumen. Sebaliknya, lokasi yang sulit dijangkau atau minim fasilitas parkir dapat mengurangi minat konsumen untuk berkunjung, meskipun produk yang ditawarkan berkualitas. Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang strategis harus menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran Kopi Kenangan agar tingkat kepuasan konsumen tetap optimal.

Kualitas pelayanan merupakan faktor paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan Rantau Prapat. Pelayanan yang baik tidak hanya mengutamakan kecepatan dalam menyajikan produk, tetapi juga mencakup keramahan, profesionalisme staf dalam menangani keluhan, serta kesiapan dalam membantu konsumen. Ketika konsumen dilayani dengan sikap sopan, penuh perhatian, dan responsif, terutama saat terjadi kendala atau kesalahan dalam pesanan, mereka akan merasa lebih puas. Di sisi lain, pelayanan yang tidak optimal, seperti staf yang lambat merespons atau komunikasi yang kurang jelas, dapat mengurangi kepuasan konsumen dan merusak citra merek. Oleh sebab itu, Kopi Kenangan perlu melakukan upaya peningkatan kualitas pelayanan secara terus-menerus, termasuk melalui pelatihan staf, penerapan prosedur operasional yang terstandar, dan melakukan evaluasi rutin terhadap kepuasan konsumen. Hal ini penting dilakukan agar setiap konsumen merasakan pengalaman terbaik saat berinteraksi dengan brand.

B. SARAN

1. Manajemen perlu meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten, karena terbukti menjadi faktor paling dominan yang memengaruhi kepuasan. Pelatihan sumber daya manusia dalam hal etika pelayanan, kecepatan respon, dan empati sangat direkomendasikan.
2. Penempatan lokasi usaha sebaiknya mempertimbangkan kemudahan akses konsumen. Fasilitas seperti parkir, kenyamanan area sekitar, dan jarak dari pusat aktivitas masyarakat turut mendukung pengalaman positif konsumen.
3. Strategi penetapan harga harus disesuaikan dengan nilai yang diterima konsumen. Harga yang kompetitif namun tetap mencerminkan kualitas akan meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap perusahaan.
4. Penelitian lanjutan disarankan untuk memasukkan variabel lain yang relevan seperti promosi, brand image, loyalitas pelanggan, dan pengalaman digital, guna memperluas cakupan pemahaman atas faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen secara lebih menyeluruh.
5. Meningkatkan penggunaan teknologi dalam layanan untuk mempermudah konsumen dan mempercepat proses transaksi. Misalnya, Kopi Kenangan dapat menyediakan aplikasi pemesanan online atau mesin pemesanan mandiri di gerai. Dengan begitu, konsumen bisa memesan lebih cepat dan praktis. Selain itu, penggunaan teknologi juga dapat dimanfaatkan untuk mengumpulkan masukan dari konsumen, sehingga perusahaan dapat lebih cepat menanggapi keluhan dan memperbaiki kualitas pelayanan.