

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kembali melalui Loyalitas sebagai variabel yang berperan di Seraung Coffice Kota Samarinda, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian Kualitas pelayanan (X1) juga terdapat pengaruh positif namun sama halnya tidak adanya signifikansi terhadap Minat beli kembali (Y).
2. Kualitas produk (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli kembali.
3. Hasil penelitian Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan (X1) terdapat pengaruh secara positif namun tak ada hasil signifikan terhadap Loyalitas (Z) pada Seraung Coffice kota Samarinda.
4. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas (Z), sehingga hasilnya pun memiliki pengaruh positif dan signifikan.
5. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Loyalitas (Z) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli kembali (Y) pada Seraung Coffice kota Samarinda.
6. Kualitas pelayanan (X1) pun mengasilkan pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap Minat beli kembali (Y) walaupun telah dimediasi oleh Loyalitas (Z) sebagai variabel yang dapat memediasi.
7. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli kembali (Y) yang telah dimediasi oleh variabel Loyalitas (Z), sehingga hasilnya pun memiliki pengaruh positif dan signifikan.

4.2 Keterbatasan Penelitian

1. Salah satu keterbatasan yang dihadapi adalah minimnya referensi dari hasil-hasil penelitian terdahulu yang dapat peneliti peroleh. Kondisi ini menyebabkan studi ini memiliki banyak kekurangan, baik dari segi hasil ataupun analisis yang dilakukan.
2. Kendala yang dihadapi seperti keterbatasan waktu, dana, serta sumber daya manusia menyebabkan penelitian ini tidak dapat dilakukan secara maksimal.
3. Salah satu keterbatasan yang ada adalah terbatasnya pengetahuan dan kemampuan penulis dalam menyusun dan mengomunikasikan tulisan ini dengan baik, sehingga diperlukan pengujian evaluasi lebih lanjut terhadap kendala-kendala yang mungkin muncul di masa mendatang.
4. Studi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, diharapkan penelitian-penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih baik dan meminimalisir kekurangan yang ada pada penelitian ini

4.3 Saran

Peneliti menyadari bahwa studi ini memiliki keterbatasan dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, meskipun hasil penelitian ini belum sempurna, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti. Berdasarkan kesimpulan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kembali melalui Loyalitas sebagai variabel intervening di Seraung Coffice Kota Samarinda, disarankan untuk:

a) Bagi Akademis

1. Temuan dari studi ini dapat dijadikan sebagai landasan atau pedoman untuk peneliti selanjutnya yang bertujuan untuk memperdalam dan mengembangkan topik yang sama di masa mendatang.
2. Studi lanjutan dapat memanfaatkan subjek dan lokasi yang berbeda, sehingga memungkinkan dilakukannya komparasi antar beragam sasaran penelitian.
3. Studi ini hanya mencakup 4 variabel saja. Untuk penelitian mendatang, diharapkan dapat memperluas cakupan dengan mengeksplorasi lebih banyak variabel yang berbeda, atau mempertimbangkan variabel-variabel lain di luar yang telah digunakan dalam penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk menguji konsistensi dan memvalidasi temuan dari penelitian sebelumnya.

b) Bagi Pelaku Bisnis

Agar tetap menjaga atas keterjaminan kualitas produk yang di sajikan kepada konsumen dan selalu mengedepankan produk yang lebih berkualitas serta menjaga produk dengan SOP yang teratur.

Seraung Coffice juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli kembali dan loyalitas pembelian konsumen, seperti inovasi produk, suasana cafe, promosi, dan lain-lain. Upaya perbaikan pada berbagai faktor ini dapat mendorong peningkatan penjualan dan pembelian kembali secara keseluruhan.

1. Tingkatkan dan Jaga Kualitas Produk

Pastikan konsistensi dalam kualitas bahan baku dan proses pembuatan minuman serta makanan.

Rutin melakukan evaluasi terhadap menu dan memperkenalkan inovasi produk baru yang menarik bagi pelanggan, serta lakukan survei dan pengujian rasa secara berkala untuk memastikan produk memenuhi ekspektasi pelanggan.

2. Fokus pada Keunggulan Produk Unggulan

Identifikasi produk-produk yang paling populer dan tingkatkan kualitas serta variasinya.

Promosikan produk unggulan melalui berbagai saluran pemasaran untuk menarik perhatian lebih banyak pelanggan.

3. Optimalkan Atmosfer dan Kenyamanan Tempat

Perbarui desain interior dan tata letak kafe secara berkala untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menarik. Sediakan fasilitas tambahan seperti Wi-Fi yang cepat, colokan listrik, dan area duduk yang nyaman untuk menarik pelanggan yang ingin bekerja atau bersantai.

4. Promosi dan Pemasaran yang Efektif

Manfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan produk dan acara khusus.

Adakan event atau promo khusus secara rutin untuk menarik perhatian pelanggan baru dan mendorong pembelian berulang.

5. Pelatihan dan Pengembangan Staf

Meskipun kualitas pelayanan tidak signifikan dalam penelitian ini, tetap penting untuk memastikan staf terlatih dengan baik dalam memberikan layanan yang ramah dan efisien.

Adakan pelatihan rutin untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan staf mengenai produk.