

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis pengaruh atribut café terhadap loyalitas pelanggan melalui gaya hidup dan promosi pada Papercup Coffee Surabaya ini dapat disimpulkan, sebagai berikut:

- a. Atribut Café terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin baik Atribut Café yang dihasilkan dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Papercup Coffee Surabaya.
- b. Gaya Hidup terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin baik Gaya Hidup yang dihasilkan dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Papercup Coffee Surabaya.
- c. Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin baik Promosi yang dihasilkan dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Papercup Coffee Surabaya.

5.2 Keterbatasan

Ada beberapa keterbatasan yang dialami oleh penulis dalam melakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Dalam proses pengambilan data melalui kuesioner yang diberikan ke responden terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya terutama pada faktor kejujuran dalam pengisian kuesioner.
2. Tidak semua responden merupakan pecinta kopi sehingga terdapat beberapa responden yang menjawab merek teh bukan kopi pada pertanyaan “merek kedai yang dikunjungi selain Papercup Coffee”.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Akademis

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya mengenai Atribut Café, Gaya Hidup, Promosi, dan Loyalitas Pelanggan. Dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan membuat keempat variabel tersebut menjadi semakin menarik.
2. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel lebih banyak lagi, hal tersebut bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitian.
3. Sebagai acuan penelitian selanjutnya pada variabel Atribut Café dan Loyalitas Pelanggan yang menggunakan Gaya Hidup dan Promosi sebagai mediasi.

5.3.2 Saran Praktis

Adapun beberapa saran praktis yang dapat dipertimbangkan menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, sebagai berikut:

1. Pada Atribut Café yang sudah disediakan Papercup Coffee Surabaya

Dari pertanyaan dalam indikator merchandise “Papercup Coffee telah menyediakan beberapa merchandise (tumbler)” merupakan pertanyaan yang memiliki nilai rata-rata terendah. Maka dari itu, saran dari penulis untuk Papercup Coffee adalah Papercup dapat mencoba berinovasi untuk menyediakan berbagai merchandise atau tumbler dan memberikan manfaat pada tumbler tersebut, misal; pelanggan papercup dapat menggunakan tumbler tersebut dan memperoleh diskon sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi.

2. Pada Gaya Hidup responden Papercup Coffee Surabaya

Dari pertanyaan dalam indikator aktivitas “Saya mengisi waktu senggang dengan menikmati Papercup Coffee” merupakan pertanyaan yang memiliki nilai rata-rata terendah. Maka dari itu, saran dari penulis untuk Papercup Coffee adalah Papercup dapat menyesuaikan gaya hidup

masyarakat jaman sekarang, Papercup bisa memberikan kenyamanan terhadap pelanggan. misal, pada pelanggan Papercup yang memiliki gaya hidup yang mementingkan suatu pola konsumsi Papercup bisa lebih fokus pada kebutuhan konsumen agar dapat terpenuhi sehingga pelanggan dapat sering berkunjung untuk menikmati waktu senggang pada Papercup Coffee.

3. Pada pihak pengelola Promosi Papercup Coffee Surabaya

Dari pertanyaan dalam indikator waktu promosi “Waktu promosi yang diberikan oleh Papercup Coffee tergolong cukup lama” merupakan pertanyaan yang memiliki nilai rata-rata terendah. Maka dari itu, saran dari penulis untuk Papercup Coffee adalah pihak pengelola promosi pada Papercup Coffee dapat mempertimbangkan waktu dalam pemberian promosi Papercup. Waktu yang biasa Papercup berikan adalah 1-2 minggu melalui GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood, Papercup bisa memberikan waktu lebih banyak lagi agar menarik konsumen untuk terus membeli produk Papercup baik secara langsung maupun secara tidak langsung (melalui GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood).

4. Pada Loyalitas Pelanggan responden Papercup Coffee Surabaya

Dari pertanyaan dalam indikator kekebalan pada kompetisi penuh “Saya akan lebih memilih penawaran Papercup Coffee daripada competitor lainnya” merupakan pertanyaan yang memiliki nilai rata-rata terendah. Maka dari itu, saran dari penulis untuk Papercup Coffee adalah dengan cara memberikan harga yang sesuai, promosi, serta lebih memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan sehingga tercipta kepuasan pelanggan terhadap harga serta layanan yang telah Papercup berikan dan dapat meraih loyalitas pelanggan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., dan Hermansyur, H.M. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol 19 No 1*.
- Dimiyati, M. (2012). Model Struktural Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Produk Pond's. *Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 10 Nomor 1*, 114-116.
- Farisi, S., dan Siregar, Q.S. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Vol 3, No. 1*, 156-157.
- Ghozali, I (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I (2014). plikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Badan Penerbit UNDIP, Semarang*.
- Ghozali, I (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang*.
- Hartini, W. (2012). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Pizza Hut Adam Malik Medan. *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan*, 9-10.
- Ilham, D., dan Edwar, M. (2014). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jejaringan Sosial Twitter di Surabaya Selatan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 2 No.2 (2014). Surabaya
- Kotler dan Armstrong. (2014). *Principles of Marketing (Global Edition, ed. 15)*. England : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Keller, K.L (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Leha, J. M., dan Dr. Subagio, H. M.M (2014). PENGARUH ATRIBUT CAFÉ TERHADAP MOTIF BELANJA HEDONIK MOTIF BELANJA UTULITARIAN DAN LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS COFFEE DI THE SQUARE APARTEMENT SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol 2 No 1*.

- Marghianto, W., dan Wijayantini, B. (2017). Analisis Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan. *SNCP I*, 89-90.
- Pamungkas, P. A., dan Guridno, E. (2019). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA MOTOR VESPA DI JAKARTA SELATAN. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Robby, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi. Vol. 6, No. 2*.
- Santy, R. (2013). DISPLAY TOKO , GAYA HIDUP DAN PEMBELIAN IMPULSIF (Penelitian Pada Konsumen Surf Inc Bandung). *Majalah Ilmiah UNIKOM Vol.11 No.1*
- Sarjita. (2018). Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Go-Jek Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA Vol. V, No. 1*, 15-16.
- Shinta, A. (2011) Manajemen Pemasaran (Edisi 1). Malang: UB Press.
- Subagio, H. (2011). Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 6 No. 1*, 8-11.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. *Alfabeta.CV*.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sukmawati, K. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api Eksekutif. *Jurnal Manajemen FE, Universitas Gunadharma*.
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya Pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi.

Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. PT Raja Grafindo Persada.

Wijayanto, I., dan Iriani, S.S. (2013). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen* | Vol. 1, No. 2.