

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kesimpulan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sebagian besar responden menyatakan bahwa penerapan *Frequency Continuity Programs* pada produk kopi ABC berada pada kategori kurang atau buruk yaitu berada pada angka 6683 pada garis kontinum. Hal ini dapat di lihat dari indikator paling tinggi hingga yang terendah yaitu kualitas premi merupakan indikator yang memiliki nilai tertinggi, ini menunjukkan bahwa pelanggan pada produk kopi ABC merasakan kemudahan dalam kualitas pelayanan premi produk kopi ABC dan yang paling rendah yaitu penyampain diskon produk.
2. Hampir seluruh responden menyatakan bahwa kepuasan pelanggan pada produk kopi ABC berada pada kategori rendah dengan angka sebesar 7902 pada garis kontinum. Hal ini dapat dilihat dari indikator paling tinggi hingga yang terendah yaitu indikator paling tinggi adalah kemudahan konsumen mendapatkan produk pada produk kopi ABC, ini menunjukkan bahwa konsumen kopi ABC merasakan kemudahan dalam pembelian produk kopi ABC dan indikator paling rendah adalah Kesesuaian harga produk untuk mendapatkan produk gratis. Sehingga kepuasan pada konsumen produk kopi ABC.
3. Penerapan *Frequency Continuity Programs* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, nilai dari korelasi (r) adalah sebesar 0,725. Hal ini berarti bahwa antara *Frequency Continuity Programs* dengan kepuasan pelanggan mempunyai korelasi dalam katagori kuat. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu dengan menguadratkan koefisien korelasi $r^2 \times 100 \% = (0,725)^2 \times 100\%$ diperoleh hasil sebesar 52,6% yang berarti bahwa perubahan

variabel kepuasan pelanggan sebesar 52,6% dipengaruhi oleh Frequency Continuity Programs. Sedangkan sisanya sebesar 47,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain diluar penelitian. Sehingga perusahaan perlu meningkatkan penerapan *Frequency Continuity Programs* agar kepuasan pelanggan dapat meningkat.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat direkomendasikan sebagai berikut:

1. Penerapan *Frequency Continuity Programs* pada produk kopi ABC masih perlu di tingkatkan lagi, melalui program-program yang mengacu pada penyampaian diskon produk sehingga konsumen merasakan kepuasan dalam pembelian produk. Diskon adalah salah satu cara meningkatkan kepuasan pelanggan dalam strategy *frequency continuity programs* dengan memberikan potongan harga khusus dalam jangka waktu tertentu yang disesuaikan dengan tujuan promosi produk atau dengan pemberian bonus bertujuan meningkatkan ikatan emosional antara perusahaan atau produk dengan pelanggan yaitu dengan cara memberikan hadiah tambahan setelah melakukan pembelian produk dalam jumlah tertentu, melakukan pembelian berulang, atau yang telah ditetapkan yang menunjukkan loyalitas konsumen berupa produk yang sama atau produk lain sebagai *reward* terhadap pelanggan yang dianggap loyal.
2. Kesesuaian harga produk untuk mendapatkan produk gratis masih kurang. Oleh karena itu perusahaan diharapkan untuk menyesuaikan harga untuk mendapatkan produk gratis misalnya pemberian kupon diskon diberikan kepada pelanggan setelah pembelian berikutnya atau kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian produk dalam jumlah tertentu atau dengan potongan harga diberikan kepada pelanggan yang sering membeli produk melalui kriteria tertentu yang telah ditetapkan perusahaan.

- Supaya pengaruh *Frequency Continuity Programs* semakin kuat maka perlu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan indikator-indikator yang rendah sehingga berpengaruh kepada tingkat kepuasan pelanggan.

