

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap pelanggan Blue Doors Coffee Shop mengenai pengaruh *symbolic store experience* terhadap *customer love* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran *symbolic store experience* yang ditawarkan Blue Doors Coffee Shop memiliki kualitas yang bagus sehingga pelanggan merasa nyaman, menyenangkan lebih rileks dan percaya diri. Konsep yang ditawarkan memiliki komposisi yang bagus dan menarik sehingga meningkatkan perasaan baik kepada pelanggan.
2. Gambaran *customer love* memiliki hasil yang positif karena pelanggan merasa puas dengan Blue Doors Coffee Shop. Bagi sebagian pelanggan yang telah mengunjungi Blue Doors Coffee Shop ini akan merekomendasikan Blue Doors Coffee Shop dan memiliki kesan terseniri saat mengunjungi toko tersebut.
3. Pengaruh *symbolic store experience* terhadap *customer love* berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis korelasi dan analisis regresi linear sederhana diperoleh kesimpulan bahwa *symbolic store experience* memiliki pengaruh terhadap *customer love*. Hasil uji korelasi menyatakan bahwa adanya hubungan antara dua variabel tersebut dan dapat dikategorikan hubungan yang sangat kuat sehingga dapat disimpulkan bahwa *symbolic store experience* memiliki pengaruh terhadap *customer love*.

#### **5.2 Implikasi**

Berdasarkan data yang telah tersaji, menunjukkan bahwa pengaruh *symbolic store experience* dipandang baik oleh mayoritas pelanggan, namun beberapa pelanggan masih merasa kurang puas dan nyaman saat berada di Blue Doors Coffee Shop. Hal ini berimplikasi agar Blue Doors Coffee Shop meningkatkan kembali kualitas *symbolic store experience* sehingga dapat bersaing dengan coffee shop lainnya.

#### **5.3 Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai pengaruh *symbolic store experience* terhadap *customer love*, maka diajukan beberapa saran yang dapat

di jadikan solusi dari berbagai permasalahan sehingga menjadi bahan pertimbangan Blue Doors Coffee Shop maupun penelitian selanjutnya dalam mengambil kebijakan.

1. Pada variabel *symbolic store experience*, indikator pandangan sekitar merupakan indikator yang terendah, untuk itu Blue Doors Coffee Shop diharapkan dapat meningkatkan kualitas tempat maupun produk sehingga dapat bersaing dengan para kompetitor lainnya.
2. Pada variable *customer love*, dimensi *passion* adalah dimensi yang masih diragukan oleh konsumen. Diharapkan Blue Doors Coffee Shop dapat meningkatkan kinerja setiap dimensi agar pelanggan dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan, merasa puas dan merekomendasikan Blue Doors Coffee Shop.
3. Disarankan dalam penelitian selanjutnya, hendaknya dapat dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi *customer love* agar memperoleh gambaran yang lebih jelas dan komprehensif mengenai *customer love*. Mengingat pengaruh *symbolic store experience* yang sudah tinggi namun *customer love* yang masih rendah.