

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Analisis Tingkat Loyalitas Konsumen di Work Coffee Bandung” dengan mengukur faktor loyalitas konsumen terhadap tingkat loyalitas konsumen pada Work Coffee Bandung. Hal ini didasarkan pada pendapatan penjualan Work Coffee Bandung yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun, oleh karena itu perlu diketahui strategi yang tepat untuk mempertahankan loyalitas konsumennya. Dari penjelasan di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik pelanggan di Work Coffee Bandung tergolong dalam kategori loyalitas cukup tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan karakteristik pelanggan melakukan pembelian teratur, membeli produk diluar lini produk dan merekomendasikan produk ke orang lain. Namun, Work Coffee Bandung masih belum dapat bersaing dengan produk sejenis.
2. Tingkat loyalitas pelanggan di Work Coffee merupakan *Liking Of the Brand* yang menunjukkan bahwa konsumen pada Work Coffee Bandung sangat menyukai tempat tersebut karena kualitas pelayanan yang diberikan baik. Selain itu, tingkatan loyalitas diperoleh dari tempat Work Coffee Bandung yang memiliki kualitas seperti lokasi yang strategis dan ketersediaan fasilitas pada Work Coffee Bandung.
3. Faktor Loyalitas Konsumen meliputi variabel *Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction* dan *Trust* berpengaruh signifikan terhadap Tingkatan Loyalitas Konsumen.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian analisis tingkat loyalitas konsumen di Work Coffee Bandung, penulis sekaligus peneliti dapat merekomendasikan saran pada Work Coffee Bandung untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan strategi yang efektif untuk kedepannya, agar semakin banyak yang melakukan pembelian ulang dan tercipta loyalitas konsumen, berikut adalah saran :

1. Untuk Work Coffee Bandung diharapkan untuk meningkatkan *Service quality*, *brand image*, *customer satisfaction* dikarenakan dalam penelitian

ini berpengaruh terhadap tingkatan loyalitas pelanggan sedangkan untuk *trust* dapat menggunakan strategi yang lebih tepat dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan untuk tingkatan loyalitas pelanggan Work Coffee Bandung dapat membuat *loyalty program* yaitu memberikan kartu keanggotaan kepada konsumen, mereka bisa mengumpulkan poin dari transaksi yang dilakukan lalu poin tersebut dapat ditukar dengan produk atau potongan harga.

2. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas (independen) seperti atribut produk, harga, kualitas produk, promosi pada penelitian selanjutnya.