

## BAB V

### SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

#### A. Simpulan Penelitian

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan antara persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan semakin tinggi persepsi nilai maka semakin meningkat Kepuasan konsumen pada Klinik Kopi Yogyakarta.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara Kepuasan konsumen terhadap pembelian kembali. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Kepuasan konsumen maka semakin meningkat pembelian kembali konsumen pada Klinik Kopi Yogyakarta.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara Kepuasan konsumen terhadap *Word of Mouth* (WoM). Hal ini menunjukkan semakin tinggi Kepuasan konsumen maka semakin meningkat *Word of Mouth* (WoM) pada Klinik Kopi Yogyakarta.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara pembelian kembali terhadap *Word of Mouth* (WoM). Hal ini menunjukkan semakin tinggi pembelian kembali maka semakin meningkat *Word of Mouth* (WoM) pada Klinik Kopi Yogyakarta.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini tentu saja masih terdapat banyak hal yang jauh dari sempurna, hal-hal yang perlu diungkapkan terkait keterbatasan penelitian, antara lain:

1. Objek penelitian dilakukan secara menyeluruh tanpa memberi batasan usia tertentu, sehingga responden yg dijadikan sampel kurang spesifik.
2. Tidak adanya variabel mediasi dalam penelitian.

## **C. Saran**

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi manajemen Klinik Kopi Yogyakarta berkaitan dengan pengaruh persepsi nilai, kepuasan dan pembelian kembali terhadap *Word of Mouth*.

1. Persepsi nilai mampu meningkatkan Kepuasan konsumen pada Klinik Kopi Yogyakarta, sebaiknya perlu diperbaiki atribut terendah yaitu biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan layanan dan produk di Klinik Kopi sesuai dengan manfaat yang dapatkan (Tabel 4.7).
2. Kepuasan konsumen mampu meningkatkan pembelian kembali dan WoM pada Klinik Kopi Yogyakarta, sebaiknya perlu diperbaiki atribut terendah yaitu kualitas layanan dan produk yang ditawarkan di Klinik Kopi Yogyakarta sesuai harapan (Tabel 4.8). Pelanggan yang

- datang tidak semua merasa cocok dengan jenis kopi pahit atau original, kadang lebih suka dengan kopi yang dicampur dengan susu, *white cream*, atau gula, sehingga ketika menyicipi kopi dengan rasa pahit dan asam mereka tidak merasa puas. Selama ini antrian di Klinik Kopi sangat panjang, maka manajemen perlu meningkatkan kecepatan pelayanan dengan menambah barista yang menyajikan dan memberikan penjelasan atau informasi kepada pelanggan tentang variasi kopi yang ditawarkan, sehingga pelayanan menjadi lebih cepat.
3. Pembelian kembali mampu meningkatkan WoM pada Klinik Kopi Yogyakarta, sebaiknya perlu diperbaiki atribut terendah yaitu tidak lama lagi akan membeli produk kopi di Klinik Kopi Yogyakarta (Tabel 4.9). Untuk meningkatkan pembelian kembali, owner di Klinik Kopi perlu melakukan promosi yang efektif dan menarik, salah satunya lewat media sosial dan memasang banner atau petunjuk arah di jalan besar menuju kearah lokasi Klinik Kopi, hal ini penting karena kedai Klinik Kopi tidak berada di pinggir jalan utama, tapi masuk ke arah perkampungan. Kualitas dan variasi menu juga perlu ditingkatkan, khususnya produk kopi dari seluruh nusantara dan menu pendamping (snack,kue,dll)

4. Saran bagi penelitian selanjutnya, mengingat beberapa keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti menyarankan:
  - a. Membatasi batasan usia tertentu, misalnya hanya diatas 35 tahun saja yang dijadikan responden.
  - b. Menambahkan variabel mediasi dalam penelitian berikutnya.