

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik suatu kesimpulan dari keseluruhan skripsi ini sebagai berikut :

1. Secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*
2. Secara parsial kepuasan berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*
3. Secara serempak kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*
4. Secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang
5. Secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang
6. Secara serempak kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang
7. Secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan
8. Secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan
9. Secara serempak kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan

5.2 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan yang ada didalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Penelitian ini masih tergolong dalam penelitian baru dengan sampel Konsumen Luwak White Koffie di Surabaya yang tidak dapat digeneralisasi.
2. Kuesioner pada penelitian ini dibuat dengan mengadopsi penelitian dari luar negeri sehingga beberapa item pernyataan di kuesioner tidak dapat dipahami responden dengan baik
3. Data pada penelitian ini diolah menggunakan *software* SPSS yang menggunakan rata-rata dari jawaban responden untuk tiap variabel
4. Kemampuan model pada penelitian ini lemah, sehingga hasilnya mampu menunjukkan pengaruh pada konsumen Luwak White Koffie

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Luwak White Koffie
 - a. Perusahaan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen kopi “Luwak White Koffie” tetaplah menjaga kehalalan dari suatu produk agar selalu

dapat dipercaya oleh para konsumen dan mendapatkan penjualan yang besar sehingga para konsumen loyal terhadap produk tersebut.

- b. Untuk menjaga kepuasan konsumen dengan mempertahankan kualitas kopi dari segi tekstur yaitu kelembutan, kepekatan dan kopi instan tanpa ampas, dan juga pada rasa diharapkan perusahaan tetap mempertahankan rasa yang nikmat dengan memakai bibit unggul sehingga menghasilkan kopi berkualitas, luwak juga harus diperhatikan mulai dari kebersihan penangkaran sampai kesehatan luwak.
- c. *Word of mouth* akan lebih efektif apabila perusahaan dalam melakukan periklanan di media iklan televisi, dapat menggunakan social media sebagai sarana periklanan yang efektif untuk produk kopi Luwak White Koffie, untuk target yang sering update atau berselancar di dunia maya seperti *internet*.
- d. Niat beli ulang perusahaan harus dapat menciptakan suatu inovasi produk yang lebih baik atau berbeda dari sebelumnya, hal ini juga baik dalam sistem pemasaran kopi Luwak White Koffie agar tetap menjadi pemimpin pasar dan terus menjaga *product life cycle*. Karena produk memiliki masa puncak dimana produk tumbuh sangat cepat dan dapat turun dengan cepat juga, hal ini dapat mempengaruhi penjualan produk dan keuntungan dari perusahaan.
- e. Retensi pelanggan merupakan indikator dengan nilai paling besar. Disarankan perusahaan dapat melibatkan emosi dan perasaan konsumen dengan menciptakan pengalaman-pengalaman positif yang tidak

terlupakan sehingga konsumen mengkonsumsi dan fanatik terhadap produk tertentu.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti serta hasil analisa yang didapat, maka akan diberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi produk kopi merek Luwak White Koffie mengenai kualitas dan kuantitasnya. Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

- a. Peningkatan dari kualitas produk yang dibuat oleh pihak perusahaan dapat memberikan produk yang memang benar-benar berkualitas sehingga konsumen tidak akan berpaling selamanya dari kopi merek Luwak White Koffie.
- b. Mengenai harga dan yang dibuat diharapkan memang benar-benar dapat membuat masyarakat memberikan penilaian yang meyakinkan terhadap kualitas dan kuantitas kopi merek Luwak White Koffie.
- c. Kemudian promosi yang dipublikasikan diharapkan memang benar-benar direalisasikan sehingga pelanggan dapat menyatakan kesesuaian antara promosi dengan kualitas dan kuantitas kopi merek Luwak White Koffie.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali, Hassan. 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilian. PT.Buku Seru. Jakarta
- Anwar Sanusi. 2013 . Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga. Pt. Indeks. Jakarta
- Maholtra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran Terapan Jilid 1. PT Index. Jakarta
- Richard Chinomona, Dorah Dubihlela. "Does Cutomer Satisfaction Lead to Customer Trust, Loyalty andd Repurchase Intention of Local Store Brands?The Case of Gauteng Province of South Africa". Mediterranean Journal of Social Sciences. Vol.5,09 May 2014
- Shafi Ullah, Shahzad Khan, Saqid Shahzad. "Factors Effecting Customer Retention" City University Research Journal. Vol.05.01 January 2015, Article 12
- Soni Harsono.2014. "The Institution Image and Trust and Their Effect on the Possitive Word of Mouth". International Research Journal of Bussiness Studies. Vol.7, No.1
- Sugiyono, 2012. Metode Peneltian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Tatik Suryani. 2008. Perilaku Konsumen di Era Internet "Implikasi pada Strategi Pemasaran". Yogyakarta : Graha Ilmu
- Uma Sekaran.2010. " Metode Penelitian untuk Bisnis". Salemba Empat. Jakarta

Daftar Rujukan Website :

<https://anekainfounik.net>

<http://cariyuk.com>

www.aeki-aice.org/page/konsumsi-kopi-domestik/id

www.andtau.blogspot.co.id

www.topbrand-award.com

<http://konsultansolusi.com/tag/persaingan-kopi/>

