

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden 211 orang dan jumlah pernyataan pada variabel *customer experience* sebanyak 3 pernyataan, variabel harga memiliki 3 pernyataan, variabel kepuasan pelanggan memiliki 4 pernyataan, dan variabel loyalitas pelanggan memiliki 5 pernyataan. Data diolah menggunakan aplikasi perangkat lunak SmartPLS 3 dengan beberapa analisis yang pertama uji validitas antara lain: validitas muka, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Kedua uji reliabilitas, pengujian pengaruh langsung dengan SEM, dan pengujian pengaruh mediasi dengan SEM.

Mengacu pada rumusan dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer experience* berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan Bento Kopi Godean. Dapat diartikan bahwa semakin baik *customer experience* yang didapatkan maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan ketika berkunjung.
2. Harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan Bento Kopi Godean. Artinya ketika harga yang ditawarkan kepada pelanggan semakin sebanding dengan yang didapatkan maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.

3. Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan Bento Kopi Godean. Dengan artian bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan seorang pelanggan maka semakin tinggi rasa loyalitas mereka kepada perusahaan.
4. Kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara harga terhadap loyalitas pelanggan Bento Kopi Godean. Semakin puas seorang pelanggan terhadap harga yang ditentukan maka semakin tinggi tingkat loyalitas mereka terhadap perusahaan dan akan sering berkunjung.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diatas, masih terdapat banyak keterbatasan sehingga banyak yang perlu diperbaiki. Adapun rekomendasi yang peneliti sampaikan diantaranya sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan

Bento Kopi Godean harus terus meningkatkan hal-hal yang baik agar *customer experience* juga meningkat dan berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Harga yang saat ini sudah cukup baik dalam penentuannya dan disarankan untuk tidak menaikkan harga menu supaya masih ramah dikantong pelanggan. Dengan meningkatkan kedua hal itu juga akan meningkatkan tingkat kepuasan setiap pelanggan dan pelanggan akan memiliki rasa loyalitas yang tinggi.

- b. Bagi peneliti selanjutnya
1. Agar dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
  2. Dapat dilakukan penambahan responden agar penelitian mendapatkan hasil yang memuaskan.

PEPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA