

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi AZA. Menurut hasil penelitian yang didapat selama pelaksanaan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi AZA.
2. Citra Merek tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi AZA.
3. Promosi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi AZA.

#### 5.2 Implikasi Manajerial

1. Bagi Kedai Kopi AZA

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi Pegawai Kedai Kopi AZA dalam penerapan kualitas pelayanan, citra merek, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan

2. Bagi Universitas

Memberikan kontribusi pada pengembangan teori atau materi dalam pengembangan akademis serta menambah pengetahuan dan sebagai referensi kajian ilmu pada mahasiswa program studi Manajemen konsentrasi Pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Promosi di era globalisasi saat ini dalam kewirausahaan dan menjalankan usaha, dibandingkan materi atau teori yang telah didapat peneliti selama bangku kuliah terutama mengenai kualitas pelayanan, citra merek, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Kedai Kopi AZA adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis mengenai variabel kualitas pelayanan diharapkan pihak manajemen Kedai Kopi AZA sebaiknya memperhatikan kecepatan dalam melayani pelanggan baik itu untuk pelayanan pembayaran maupun dalam membantu mengatasi pertanyaan pelanggan sehingga dengan cepatnya pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Dari hasil analisis mengenai variabel citra merek diharapkan pihak manajemen Kedai Kopi AZA sebaiknya memberikan ciri khas yang dapat membuat pelanggan merasa bahwa melakukan perawatan kecantikan di Kedai Kopi AZA merupakan pilihan dengan cara memberikan welcome drink untuk pelanggan yang menunggu antrian, memberikan konsultasi sebelum melakukan perawatan ataupun memberikan sebuah souvenir untuk pelanggan yang telah selesai melakukan perawatan, dengan demikian menciptakan persepsi citra merek yang dapat dipercaya oleh pelanggan sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan Kedai Kopi AZA.
3. Dari hasil analisis mengenai variabel promosi diharapkan pihak manajemen Kedai Kopi AZA sebaiknya memperhatikan keaktifan akun media sosial yang telah dimiliki dengan sering melakukan penawaran promo melalui media sosial, menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan, dan aktif memberikan informasi kepada pelanggan terkait dengan program promo yang diadakan oleh Kedai Kopi AZA.