

BAB V

KESIMPULAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Jenis stimulus pemasaran yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah harga, kualitas pelayanan, dan promosi.
2. Jenis stimulus pemasaran yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan dan promosi.
3. Jenis stimulus pemasaran yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan dan promosi.
4. Tingkat kepuasan konsumen sebesar 85,2% (sangat puas) yang didapatkan melalui nilai *costumer satisfaction index*. Atribut yang sangat perlu diperbaiki adalah keterjangkauan harga.

1.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, peneliti mengajukan saran agar lebih memperkaya variabel dari stimulus pemasaran yang ada sehingga dapat lebih diketahui stimulus pemasaran apa yang mempengaruhi kepuasan dan

loyalitas konsumen terhadap produk minuman kopi olahan di Kafe Semasa Semarang.