

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. *Word of mouth* berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Timeless Coffee Bar
2. Store atmosphere berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Timeless Coffee Bar
3. *Word of mouth* berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Timeless Coffee Bar
4. Store atmosphere berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Timeless Coffee Bar
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Timeless Coffee Bar
6. *Word of mouth* berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada konsumen Timeless Coffee Bar
7. Store atmosphere berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada konsumen Timeless Coffee Bar

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya Timeless Coffee Bar selalu memberikan kesan baik kepada setiap konsumennya, agar mereka membagikan pengalaman mereka selama berkunjung ke Timeless Coffee Bar kepada teman dan keluarganya
2. Penelitian ini dapat memberikan masukan dengan upaya menarik kepuasan pelanggan dengan memperhatikan kualitas yang ditawarkan oleh Timeless Coffee Bar, baik dari makanan, pelayanan, maupun suasana toko
3. Sebaiknya Timeless Coffee Bar meningkatkan segala bentuk aspek yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan apa yang telah didapat akan berpotensi melakukan pembelian ulang
4. Sebaiknya Timeless Coffee Bar harus dapat menjaga loyalitas konsumen untuk pembelian jangka panjang yang berdampak baik bagi Timeless Coffee

Bar, dengan memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan

5. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel variabel lain yang juga mungkin berperan dalam memberi pengaruh terhadap loyalitas pelanggan