

BAB 6 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan rangkaian metodologi yang mencakup enumerasi, pengolahan, serta komputasi data yang telah dilaksanakan, sintesis temuan mengenai signifikansi pengalaman pelanggan dan kesadaran merek dalam memengaruhi loyalitas pelanggan di Minbar Medan Cafe dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Eksistensi kesadaran merek (*brand awareness*) memberikan kontribusi positif terhadap loyalitas konsumen pada Café Minbar Medan, meskipun signifikansi statistiknya tidak berada pada level yang substansial. *Brand awareness* pada cafe Minbar Medan memiliki keunggulan yang unik yaitu desain bangunan yang membedakan daripada yang lain, interior yang baik, dan kenyamanan yang bernuansa rumah. Hal ini dapat meningkatkan *brand awareness* yang membuat pelanggan dapat dengan mudah mengenali dan mengingat cafe Minbar. Meskipun cafe Minbar memiliki *brand awareness* yang kuat, namun cafe Minbar perlu meningkatkan ketersediaan bahan baku produk, promosi yang relevan, dan logo lebih yang mudah untuk diingat pelanggan untuk menunjang loyalitas pelanggan di cafe Minbar Medan.
2. Loyalitas konsumen pada Cafe Minbar Medan secara empiris terbukti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh dimensi pengalaman pelanggan. Pengalaman pelanggan memiliki Kualitas makanan yang memenuhi selera, kenyamanan yang sangat baik, dan kualitas layanan yang layak. Keunggulan kompetitif tersebut dapat meningkatkan loyalitas pelanggan karena pengalaman pelanggan yang positif cenderung kembali ke cafe tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain. Meskipun cafe Minbar memiliki beberapa kelebihan masih ada pelanggan yang tidak setuju dengan beberapa pernyataan, yaitu seperti interaksi di media sosial, keunikan menu minuman, dan pembelian di cafe Minbar. Oleh sebab itu pengalaman pelanggan di cafe Minbar masih perlu ditingkatkan untuk memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. *Loyalitas pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kesadaran merek dan pengalaman pelanggan. Hubungan antara pengenalan merek dan kesenangan bagi konsumen. Loyalitas pelanggan di Minbar Cafe dapat ditingkatkan dengan menggabungkan kesadaran merek yang baik dengan pengalaman pelanggan yang baik. Namun, penelitian menunjukkan bahwa, dalam hal membangun loyalitas, pengalaman konsumen jauh lebih penting daripada pengenalan merek. Ini berarti bahwa tim manajemen di Minbar Cafe harus menemukan cara untuk meningkatkan loyalitas klien dengan meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan pengenalan merek melalui penggunaan metode pemasaran yang efisien. Hasilnya, Minbar Cafe dapat mempertahankan tingkat keberhasilannya saat ini dan bahkan mengembangkannya.*

6.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil pembahasan, rekomendasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

a. Bagi Perusahaan

1. Berdasarkan pada variabel *brand awareness*, beberapa saran bagi perusahaan yaitu :
 - Memperluas jangkauan untuk *brand awareness*
Contohnya melalui media sosial dengan melibatkan pelanggan, *influencer* dan lain sebagainya.
 - Kreativitas dan kualitas konten media sosial yang interaktif dengan pelanggan.
 - Meningkatkan interaksi di media sosial
Contohnya café Minbar meminta pelanggan untuk mengisi *google review* yang akan meningkatkan visibilitas bisnis dan dapat membantu pelanggan untuk melihat, dikenal dan diingat
 - Meningkatkan efektivitas promosi
Contohnya café Minbar dapat membuat promo yang lebih menarik, seperti diskon 10% untuk pelanggan yang melakukan pembelian di atas Rp 100.00, atau memberikan hadiah untuk pelanggan yang melakukan pembelian 10 kali yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan loyalitas pelanggan
2. Berdasarkan pada variabel pengalaman pelanggan, beberapa saran bagi perusahaan yaitu :
 - Meningkatkan kualitas pelayanan
Contohnya café Minbar membuat pelatihan untuk staf untuk meningkatkan keterampilan pelayanan seperti ramah dengan pelanggan dan kecepatan penyajian makanan/ minuman kepada pelanggan.
 - Meningkatkan pengalaman pelanggan dengan konsep visual yang *instagramable* dan spot foto khusus yang menunjukkan ciri khas Minbar.
 - Meningkatkan kenyamanan ruang untuk rapat, belajar, diskusi dengan koneksi WiFi yang bagus.
 - Melakukan inovasi terhadap menu minuman
Contohnya membuat minuman yang unik dan kreatif, seperti minuman yang dibuat dari bahan alami yang memenuhi selera pelanggan.
 - Mengadakan *give away*

Contohnya membuat *mystery box* yang dimana café minbar membuat kotak berisi produk atau hadiah yang menarik, dan minta pelanggan untuk membagikan postingan tentang *event* tersebut di media sosial sebagai bentuk partisipasi. Hal ini dapat membantu café Minbar sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan membuat pelanggan lebih dihargai dan mereka lebih terlibat dengan merek.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk lebih memperdalam kajian dalam penelitian ini, diharapkan penelitian selanjutnya :

1. Akan bermanfaat bagi peneliti di masa mendatang untuk memperluas cakupan penelitian ini di luar bisnis kuliner (kafe) ke sektor lain seperti ritel, layanan, atau e-commerce untuk melihat apakah ada hubungan berkelanjutan antara pengenalan merek, pengalaman pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
2. Ke depannya, peneliti diharapkan menggunakan sampel yang lebih besar dan mengeksplorasi area lain.
3. Penelitian di sini hanya melihat dua variabel: pengenalan merek dan kepuasan konsumen. Penelitian di masa mendatang harus mencakup lebih banyak faktor independen termasuk kebahagiaan pelanggan, ekuitas merek, dan kepercayaan pada merek untuk melengkapi gambaran.
4. Untuk lebih memahami masalah ini, peneliti di masa mendatang harus menggunakan campuran metode seperti studi kasus atau wawancara mendalam, selain pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini.