

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan obeservasi, pengumpulan data, dan analisis hasil dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis *clustering k-means*, terbentuk 5 *cluster* dengan karakteristik yang berbeda-beda. *Cluster* tersebut digunakan untuk mengetahui persepsi variabel yaitu harga, kualitas produk, pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan. Parameter yang diukur menggunakan skala *likert* dengan nilai 1-2 (beranggapan buruk atau negatif), 3 (ragu ragu), 4-5 (beranggapan baik atau positif). Setiap persepsi memiliki tanggapan positif dan negatif berbeda-beda. Persepsi pertama yaitu harga, dalam persepsi harga *cluster* 1, 3, dan 4 memiliki tanggapan yang buruk atau negatif sedangkan *cluster* 2 dan 5 beranggapan positif atau baik terhadap harga yang diberikan oleh *Milos Coffee*. Persepsi kedua yaitu persepsi kualitas produk, didapatkan hasil bahwa terdapat *cluster* yang beranggapan di bawah baik yaitu *cluster* 1, 3, dan 4, kemudian yang beranggapan baik atau positif adalah *cluster* 2 dan 5 berdasarkan kualitas produk yang diberikan oleh *Milos Coffee*. Pada persepsi pelayanan, terdapat *cluster* yang beranggapan dibawah kriteria baik yaitu *cluster* 3 dan 4. *Cluster* 1 dimasukkan kedalam kriteria baik karena rata-rata responden dari *cluster* memiliki nilai yang mendekati kriteria baik (4.00), kemudian *cluster* 2 dan 5 beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan *Milos Coffee* sudah sesuai dengan keinginan mereka. Persepsi keempat adalah persepsi fasilitas, terdapat dua *cluster* yang beranggapan negatif yaitu *cluster* 3 dan 4 dengan nilai kriteria di bawah baik berdasarkan fasilitas yang *Milos Coffee* berikan.

Persepsi terakhir yaitu persepsi mengenai kepuasan pelanggan. Pada persepsi tersebut, terdapat *cluster* yang memberikan tanggapan kurang puas terhadap *Milos Coffee* yaitu *cluster* 3 dan 4. Berdasarkan kelima *cluster*, teridentifikasi

bahwa *cluster* 3 dan 4 berkomentar negatif terhadap persepsi variabel yang diukur dengan parameter skala baik (4.00).

2. Berdasarkan analisis biplot untuk melihat pengaruh, didapatkan hasil bahwa ada kedekatan dan pengaruh antar variabel yang dihitung dengan perhitungan *cosinus similarity*. Jadi, semakin maksimal pemberian pada variabel harga, kualitas produk, pelayanan dan fasilitas, maka akan semakin maksimal juga kepuasan pelanggan yang didapatkan.
3. Usulan rekomendasi perbaikan diberikan berdasarkan hasil analisis karakteristik, kritik, dan *behavior cluster* 3 dan 4 pada persepsi harga, kualitas produk, pelayanan dan fasilitas. Usulan rekomendasi perbaikan pada *Milos Coffee* telah tercantum dalam poin interpretasi hasil dan usulan rekomendasi perbaikan.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh beberapa saran sebagai berikut :

1. Dengan diperolehnya hasil penelitian, pihak *Milos Coffee* diharapkan dapat mengetahui hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya.
2. Pihak *Milos Coffee* diharapkan dapat mempertimbangkan usulan perbaikan dari penulis berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh penulis belum sempurna, diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya lebih baik lagi.