

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. *Kajeye Food*, menunjukkan bahwa konsistensi dalam menyajikan produk bernilai tinggi menjadi faktor utama yang membentuk komitmen jangka panjang pelanggan.
2. Harga terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, menegaskan bahwa penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai produk mampu mempertahankan minat pembelian ulang konsumen.
3. Kepuasan pelanggan secara signifikan memengaruhi loyalitas, mengindikasikan bahwa upaya perusahaan dalam memenuhi atau melampaui ekspektasi konsumen berhasil menciptakan ikatan emosional dan rasional yang mendorong perilaku loyal.
4. Kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. *Kajeye Food*. Interaksi ketiga variabel tersebut menciptakan sinergi yang memperkuat komitmen konsumen, di mana kualitas produk menjadi fondasi kepercayaan, harga yang kompetitif meningkatkan aksesibilitas, dan kepuasan pelanggan berperan sebagai pengikat emosional.

5.2. Saran

1. Memperbaiki kualitas rasa produk dengan melakukan survei konsumen secara rutin dan memperketat kontrol kualitas agar pelanggan yang masih ragu-ragu bisa merasa lebih puas.
2. Membuat program diskon yang lebih menarik seperti diskon berjenjang atau paket bundling untuk meyakinkan pelanggan yang masih netral terhadap harga.
3. Membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui program hadiah dan pelayanan yang responsif agar mereka mau terus membeli produk di masa depan.
4. Meningkatkan kualitas kemasan dan tampilan produk serta jelaskan keunggulan produk dengan lebih baik untuk meyakinkan konsumen yang masih ragu dengan kualitas.