

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Faktor emosional merupakan suatu perasaan yang timbul atau muncul dari dalam diri seseorang yang mendapatkan reaksi dari luar sehingga mendorong atau menstimulus seseorang untuk melakukan suatu tindakan dan faktor emosional di kedai kopi 66 kediri ialah karena merasa nyaman, senang, percaya diri dan merupakan kebanggaan diri dan dibuktikan dengan rata pengunjung yang lebih dari 1 kali berkunjung.
2. Kepuasan Konsumen ialah perasaan puas konsumen terhadap kesesuaian antara pelayanan yang didapatkan dengan hasil yang diharapkan. Kepuasan konsumen di kedai kopi 66 Selopanggung Kediri sangat tinggi yang dibuktikan dengan rating dan ulasan para pengguna sosial media terakhir tahun 2021 10.400 dengan rating 4.4 berada di posisi tertinggi kedai kopi.
3. Terdapat pengaruh yang kuat faktor emosional terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri dengan besar nilai $sign$ $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai t_{hitung} (6,031) $> t_{tabel}$ (1,657). Pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y ialah sebesar 66,4% sedangkan 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini yakni, kualitas produk, kualitas layanan, harga dan biaya.

B. Saran

1. Bagi Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor emosional terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri berpengaruh sebesar 66,4% sedangkan 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain, maka Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri harus meningkatkan faktor emosional konsumen sehingga peningkatan penjualan lebih besar.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, mengingat karna pengaruh faktor emosional hanya berpengaruh 66,4%. Peneliti menyarankan untuk menggunakan variabel atau indikator baru. Sehingga cakupan atau area penelitian akan lebih luas lagi dengan temuan-temuan yang juga mampu mendukung, menambah ataupun merevisi temuan penelitian pada saat ini.