

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Suasana Toko memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Janji Jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko yang nyaman belum tentu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dikarenakan tidak semua gerai Kopi Janji Jiwa menyediakan tempat untuk *dine-in*.
2. *Sensory Experience* memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan di Kopi Janji Jiwa. Hal ini menandakan ketika pengalaman sensori pelanggan baik maka kepuasan pelanggan tersebut juga akan meningkat.
3. *Affective Experience* memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Janji Jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa *affective experience* belum tentu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. *Intellectual Experience* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Janji Jiwa. Hal ini menunjukkan ketika pengalaman intelektual pelanggan baik maka belum tentu akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan tersebut.
5. *Behavioral Experience* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Janji Jiwa. Hal ini menunjukkan pengalaman *behavioral* yang dimiliki

pelanggan seperti pengalaman menggunakan layanan *delivery online* dan pengalaman mengobrol di tempat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

6. Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Janji Jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga yang ditentukan oleh Kopi Janji Jiwa dapat memicu kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan harapan pelanggan maka akan semakin puas pelanggan dalam membeli produk Kopi Janji Jiwa.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga hasil penelitian yang dicapai belum memberikan hasil yang memuaskan. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Keterbatasan penelitian ini mengarah pada pengumpulan data saat melakukan penyebaran kuesioner yang dilakukan secara daring dengan melalui *google forms*, dikarenakan adanya pandemi yang membatasi pengunjung cafe atau kedai kopi. Selain itu, peneliti yang berada di Ponorogo maka pengumpulan data dilakukan hanya dengan menyebarkan *link google form* melalui WhatsApp.
2. Keterbatasan lain dikarenakan masa pandemi yang menyebabkan peneliti tidak dapat kembali ke Surabaya, maka pengumpulan data ditambahkandengan mengambil responden Kopi Janji Jiwa di Ponorogo dan Madiun untuk memenuhi jumlah sampel yang masih kurang.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta bagi penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan Kopi Janji Jiwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperbaiki suasana toko yang lebih baik. Kedepannya agar Kopi Janji Jiwa dapat memperbaiki yang masih kurang seperti pintu masuk utama yang didesain lebih luas agar memudahkan keluar masuk pelanggan.
2. Diharapkan agar Kopi Janji Jiwa dapat meningkatkan *Sensory Experience* khususnya pada pemberian kesan kuat pada indera penglihatan. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan dekorasi yang menarik dan memberikan kesan yang *warm* serta nyaman.
3. Diharapkan agar Kopi Janji Jiwa dapat memperbaiki *Affective Experience* yang lebih baik. Kedepannya agar Kopi Janji Jiwa dapat menimbulkan perasaan bahagia kepada pelanggan. Untuk menciptakan hal tersebut sebaiknya Kopi Janji Jiwa dapat memberikan pelayanan yang terbaik dengan memberikan pelatihan kepada karyawan cara melayani konsumen dengan baik.
4. Pada *Intellectual Experience* dapat dilakukan perbaikan pada indikator yang dianggap masih kurang, yaitu memicu keterikatan yang kuat terhadap

Kopi Janji Jiwa. Kedepannya diharapkan agar Kopi Janji Jiwa dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas kopi baik dengan melakukan kontrol terhadap kualitas (*quality control*) bahan baku kopi serta memperhatikan pengolahan kopi yang lebih berkualitas dengan memastikan proses produk yang sesuai SOP.

5. Diharapkan agar Kopi Janji Jiwa dapat meningkatkan *Behavioral Experience* dengan meningkatkan pengalaman pelanggan dalam menggunakan Kopi Janji Jiwa sebagai tempat belajar atau bekerja. Kedepannya diharapkan agar Kopi Janji Jiwa dapat meningkatkan tempat yang lebih nyaman dengan meng-*upgrade* konsep tempat lebih cenderung pada *co-working space* yang menyediakan tempat yang hening agar dapat digunakan sebagai tempat belajar atau bekerja yang nyaman.
6. Diharapkan agar kedepannya Kopi Janji Jiwa dapat memberikan harga lebih murah daripada pesaing. Kedepannya agar Kopi Janji Jiwa dapat memperbaiki penentuan harga dengan terus melakukan monitoring terhadap harga-harga yang ditentukan oleh pesaing sejenis dan juga membandingkan dengan kualitas yang ditawarkan, sehingga Kopi Janji Jiwa dapat menentukan harga yang lebih murah dengan pesaing lainnya.
7. Diharapkan penelitian selanjutnya yang ingin meneliti dengan topik yang sama supaya dapat menggunakan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan sehingga dapat mengembangkan hasil penelitian yang telah diperoleh dalam penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Azhari, M. I., D. Fanani., & M. K. Mawardi. 2015. Pengaruh *Brand experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 143-148.
- Berman, B., & J.R Evans. (2010). *Retail Management*, 12th Edition. Pearson. Jakarta.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.Semarang.
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) Edisi 4*.Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*.Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- Han, Heesup., Lee, Kai-Sean., Song, Hakjun., Lee, Sanghyeop., dan Chua,Bee-Lia. 2020. Role of coffeehouse brand experiences (sensory/affective/intellectual/behavioral) in forming patrons' repurchase intention Impact of switching costs. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 3(1), 17-35.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).Yogyakarta.
- Industry Update. 2016. "Office of chief economist". Volume 16, Agustus 2016
- Isnandari, A., & Sunarti. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Java Dancer Coffee). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 60(3), 104-111.
- Jalil,Nur Aina Abdul., Fikry, Amily., & Zainuddin, Anizah. 2016. The Impact of Store Atmospherics, Perceived Value, and Customer Satisfaction on Behavioural Intention. *Procedia Economics and Finance*. 37, 538 – 544.
- Kemenperin. 2016. Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 9,8 Persen Triwulan III 2016, <https://kemenperin.go.id/artikel/16650/Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-9,8-Persen-Triwulan-III-2016> diakses tanggal 17 Maret 2020.

- Kemenperin. 2019. Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun, <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun>-diakses tanggal 17 Maret 2020.
- Kotler, P. & G. Amstrong. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & K.L Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 4. Erlangga. Jakarta.
- Kusumawardhani, N.Q., & R. Dwinanda. 2019. Kopi Janji Jiwa, Bertahan dengan Racikan Robusta Sumatra, <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/19/06/26/ptois4414-kopi-janji-jiwa-bertahan-dengan-racikan-robusta-sumatradiakses> tanggal 17 Maret 2020.
- Levy, M., & B.A Weitz. 2012. *Retailing Management Information Center*. McGraw Hill Higher Education. New York.
- Rangkuti, F. 2013. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Safitri, R.S.N.I., S.S Utami., dan Sunarso. 2017. Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe & Resto. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 17(2), 390 – 398.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri. Jakarta.
- Srivastava, M., & D. Kaul. 2014. Social interaction, convenience and customer satisfaction: The mediating effect of customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 21, 1028–1037.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami, C.W. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat. Jakarta.
- Widarti, P. 2019. Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun <https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun> diakses tanggal 17 Maret 2020.

Zahra, Geanida Khaerani., & Lutfie, Harrie. 2017. Pengaruh *Brand experience* Dan Customer Value Terhadap Customer Satisfaction (Studi Pelanggan Café What's Up di Depok 2017).*e-Proceeding of Applied Science*. 3(2), 571-578.

Zuhriyah, D.A. 2019. Industri Kedai Kopi Ditaksir Tumbuh 20% Tahun Ini”, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini>, diakses tanggal 17 Maret 2020

