

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner melalui *g-form* menyebar kuesioner kepada 221 kuisisioner. Terdapat 35 sampel kecil dan 186 sampel besar, untuk menganalisa suatu hasil kuisisioner ada beberapa yang tidak sesuai kriteria responden dalam penelitian ini maka peneliti berhak menghapus responden. Terdapat 35 sampel kecil dan 182 sampel besar hasil responden yang sesuai dengan kriteria penelitian ini responden penelitian ini adalah masyarakat Surabaya, Sidoarjo dan kota lainnya yang pernah mengunjungi OKUI KOPI 3.0 di area Surabaya. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antar variabel Kualitas produk, Harga, Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan OKUI KOPI 3.0 diarea Surabaya. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

#### **1. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas Produk berpengaruh signifikan terdapat Kepuasan Pelanggan pada koefisien jalur yakni semakin tinggi Kualitas Produk maka tingkat Kepuasan Pelanggan tersebut akan naik. Sebaliknya apabila Kualitas produk yang diberikan semakin rendah maka semakin rendah juga Kepuasan Pelanggan tersebut. Seperti contoh apabila di *caffè A* menjual kopi aren dan *caffè B* menjual kopi aren juga, lalu *caffè A* memberikan kualitas kopi dan rasa yang enak dari

pada *caffè* B. maka dari itu kualitas produk sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **2. Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terdapat pada koefisien jalur yakni semakin tinggi harga maka mengakibatkan kepuasan pelanggan akan semakin meningkat, tetapi pada penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa semakin tinggi harga maka akan semakin rendah kepuasan pelanggan. Pada penelitian sebelumnya saya menjelaskan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, di karenakan saya belum mengetahui hasil sesungguhnya/ belum menganalisis hasil kuisisioner yang telah saya sebarakan, agar tidak terjadi adanya penelitian 2 arah yakni hasil berbeda dari penelitian sebelumnya dan sesudah dianalisis, melalui pangsa pasar yang saya berikan kepada responden OKUI KOPI 3.0 mengatakan bahwa semakin tinggi harga semakin meningkat kepuasan pelanggan.

## **3. Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terdapat pada koefisien jalur yakni semakin tinggi Layanan yang diberikan maka akan semakin tinggi juga kepuasan pelanggan, apabila semakin rendah Layanan yang diberikan maka akan semakin rendah juga kepuasan pelanggan tersebut. Sebagai contoh layanan yang diberikan *caffè* B sangatlah cepat dan tanggap dibandingkan *caffè* A sehingga pelanggan merasa nyaman jika di *caffè* B karena diberikan pelayanan terbaik oleh *caffè* tersebut, maka dari itu apabila semakin

tinggi layanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

## **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

- A. Keterbatasan waktu penelitian yakni dikarenakan wabah *covid-19* melanda menyebabkan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data/ penyebaran kuisisioner melalui online yakni menggunakan *platform g-form*.
- B. Kuisisioner yang di dapatkan hanya 218 orang, tentunya masih kurang spesifik untuk menjabarkan keadaan yang sesungguhnya.
- C. Dalam proses pengambilan data responden melalui *g-form* terkadang beberapa responden tidak menunjukkan pendapat sesungguhnya, hal ini terjadi karena perbedaan pendapat, pemikiran, dan selera setiap responden, lalu terdapat faktor lain selain hal tersebut yakni faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam pernyataan kuisisioner tersebut.

## **5.3. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang perlu diajukan yakni sebagai berikut:

- **Bagi peneliti selanjutnya:**

1. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini memiliki tujuan yaitu untuk keakuratan data yang lebih baik lagi dalam penelitiannya.
2. Melakukan penelitian yang berkelanjutan hal ini dapat dilihat melalui nilai setiap perubahan responden dari waktu ke waktu
3. Di harapkan ada variabel lain dalam meneliti penelitian ini karena mungkin dapat mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.

- **Bagi perusahaan atau penjual**

1. Di harapkan OKUI KOPI 3.0 dapat meningkatkan Kualitas Produk, dan Layanan OKUI KOPI 3.0 yang akan diperjual belikan kepada calon konsumen.
2. Kualitas Produk dan Layanan merupakan hal yang penting bagi konsumen, diharapkan perusahaan/ penjual dapat meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan bagi konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi calon konsumen.

- **Bagi masyarakat**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan membantu masyarakat dalam memilih produk minuman sesuai selera/pilihan mereka untuk membeli produk OKUI KOPI 3.0.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Sructural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed. 1. Yogyakarta: ANDI
- Buchori Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Besinleon, Y. A., & Sutarso, Y. (2011). Pengaruh Kualitas, Pengalaman, Nilai Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Café Shop Di Surabaya. In *Artikel Ilmiah* (Vol. 44, Issue 8, Pp. 1689–1699). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Chen, P0-Tsang, and Hsin-Hui Hu. (2010). “*International Journal of Contemporary Hospitality Management How Determinant Attributes of Service Quality Influence Customer-Perceived Value: An Empirical Investigation of the Australian Coffee Outlet Industry.*” *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 22(4): 535–51.
- Collin (2003). Partitioning country-of-origin effects: *Consumer evaluations of a hybrid product. Journal of International Business Studies*
- Djumarno, S. A., and Said, D, (2018), “Effect of Product Quality and Price on Customer Loyalty through Customer Satisfaction”, *International Journal of Business and Management Invention*.
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi ketiga, Sleman, Penerbit Andi.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- \_\_\_\_\_. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Ferdinand. (2014). *Metode Peneltian Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- García Reyes, Luis Enrique. 2013. “*濟無*No Title No Title.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Ghozali, I. (2013). *Analisa Multivariate Program SPSS: Update SPSS PLS Regret*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., & Hengky, Iatan. (2015). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8TH ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-40-2009-kepemudaan#:~:text=Undang%2DUndang%20Republik%20Indonesia%20Nomor,diri%2C%20dan%20cita%2Dcitanya>
- Herviana, V, P, S. & Anik, L. A., (2018). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Effect of Product Quality and Price on Loyalty with Satisfaction as an Intervening Variable)”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1).
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects Of Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty: Evidence From Malaysian Engineering Industry. *International Journal Of Industrial Marketing*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>.
- Hueiju Yu dan Wenchang Fang. (2009). Dampak relatif dari kualitas produk, kualitas layanan, dan kualitas pengalaman pada nilai yang dirasakan pelanggan dan niat berbelanja untuk kedai kopi starbucks”, *International Journal Total Quality Management*. 20, Vol. No. 11, pp 1273–1285.
- Hutabarat, E. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria FU Pada PT.SUNINDO Varia Motor Gemilang Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi* , Vol.3, No.1.
- Ibrahim, Malik, and Sitti Marijam Thawil. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1): 175–82.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, 2005, ‘*Manajemen Pemasaran*’, Jakarta, Indeks.
- Kotler, P. and Armstrong, G., 2006. *Principles of marketing 11th edition* Printice hall.

- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. "Prinsip-prinsip Pemasaran, jilid 1." Jakarta: erlangga (2008).
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Terjemahan Damos Sihombing. Principles of marketing. 1999. Jilid 1. Edisi Kedelapan.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Armstrong. 2011. *Marketing an Introduction. Edisi 9.* New Jersey:
- Kotler. P., and Armstrong, G. (2016), *Principle of marketing (Sixteenth edition Global version)*, Pearson Education. Inc., England.
- Latan, I. (2014). *Partial Least Square Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan WarpPLS 4.0.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lijan Poltak Simambela. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif.* Yogyakarta:Graha Ilmu
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat
- Malhotra (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan.* Edisi Keempat. Jakarta.Indeks.
- Masen, R.S., 1974. Price and product quality assessment. *European Journal of Marketing.*
- Melvern Tamunu dan Ferdinand Tumewu 2014. Analyzing The Influence of Price And Product Quality on Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado. *Research Journal of International Studies.*
- Minh, Ngo Vu., dan Huu, Nguyen Huan., 2016. The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness. Vol. 8, Issue 2*, pp. 103 – 116
- Oldy Ardhana, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Semarang, 7 September 2010.
- Owusu Alfred, 2013 "Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study " *Journal of business and Management*, vol.5, No 1.Pp.179-198

- Pantilu, Dealisna. Koleangan, Rosalina A.M. Dan Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3723–3732. <https://doi.org/10.35794/Emba.V6i4.21898>
- Parasuraman, Zeithml dan Berry. SERQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing; Spring 1988; 64, 1; ABI/Inform Global. Texas: A & M University.*
- Pelayanan, Pengaruh Kualitas et al. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6(4): 3723–32.
- Purwana, D. and Hidayat, N., 2016. *Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Sugiyono.(2013). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.*
- Raditha Hapsari., Clemes, D. Michael., dan Dean, David., 2017. The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Science*. Vol. 9 Issue: 1. Pp21-40
- Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Shartykarini, S., Firdaus, R., & Rusniati. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Ppelanggan (Studi Pengunjung Cafe Di Banjarbaru). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(1), 39–52. <https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/76>
- Suhud, Usep et al. 2020. “Measuring Customer Satisfaction of a Café and Coffee Shop Colony at a Traditional Market.” *Journal of Foodservice Business Research* 23(1): 78–94. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1686897>.
- Sugiyono (2012) “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D,” Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:PT. Alfabet



- Sugita, R. dan S. A. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(11), 1–15.
- Sugiyono (2017) *Metode Sampel R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tricahyanti, Meriditha Adinda, and Mashariono. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Samsung.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7.
- Vivie, Senjaya, S Hatane, and D Diah. 2013. “Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty Di Kafe ExcelsoTunjungan Plaza Surabaya; Perspektif B2C.” *Jurnal Strategi Pemasaran* 1(1): 1–15.
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect Of Price And Product Quality Towards Customer Satisfaction And Customer Loyalty On Madura Batik. *International Tourism And Hospitality Journal*, 2(1), 1–9. [https://Rpajournals.Com/Ithj](https://rpajournals.com/ithj):<https://Rpajournals.Com/Ithj>
- Walangitan, M. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado. *JMBI*. Vol.4No.3Hal. 162-167. At:<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/17993/17517> diakses tanggal 24 november2018.
- Yu, Hueiju, and Wenchang Fang. 2009. “Relative Impacts from Product Quality, Service Quality, and Experience Quality on Customer Perceived Value and Intention to Shop for the Coffee Shop Market.” *Total Quality Management and Business Excellence* 20(11): 1273–85.
- Yusuf, A. M. 2019. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). ITHJ International Tourism and Hospitality Journal The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1–9. Retrieved from <https://rpajournals.com/ithj>:<https://rpajournals.com/ithj>
- Zeithaml, V. A dan Bitner, M. J. 2008. Service Marketing. *Bussiness Marketing Journal: Consumer Behavior*. (3rd ed.). New Delhi: Tata McGraw Hill.