

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang sesuai dengan hipotesis dengan menggunakan metode regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

- a. Produk (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di Kedai Coffe Toffee Surabaya.
- b. Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Coffee Toffee Surabaya.
- c. Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian terhadap kepuasan konsumen di Kedai Coffe Toffee Surabaya.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan, terdapat beberapa saran yang diberikan, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan
 - a. Kedai Coffee Toffee diharapkan terus mempertahankan kesesuaian harga sebagai keunggulan dalam bersaing dengan kedai kopi lainnya mengingat bahwa kedai Coffee Toffee ini sudah menjadi salah satu tempat favorit masyarakat atau kalangan anak mudah untuk menikmati makanan dan minuman dengan persepsi harga yang sesuai ekspektasi mereka.
 - b. Kedai Coffee Toffee diharapkan terus mempertahankan dan meningkatkan keterampilan kualitas pelayanan yang baik dan kualitas



pelayanan yang memuaskan kepada konsumen agar konsumen merasa nyaman, puas dan sesuai harapan. Seperti menetapkan waktu yang diperlukan setiap melayani satu orang konsumen. dan menetapkan kompensasi yang diberikan apabila pelayanan yang diberikan melebihi waktu yang ditetapkan, misalnya memberikan potongan harga, atau memberikan produk tambahan.

2. Peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
- b. Peneliti selanjutnya di harapkan melakukan penyebarann kuesioner kepada responden secara langsung di tempat yang menjadi objek penelitian agar konsumen yang bersangkutan memberikan penilaian lebih objektif.



DAFTAR PUSTAKA

Angipora, M.P. 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Annishia dan Prastiyo. 2019, “*The Effect Of Prices And Facilities On Guest Stay At The Best Western Premier The Hive Hotel Jakarta*”, Jurnal Hospitality dan Pariwisata, vol 5, no 1.

Apriyani, D.A. Sunarti. 2017. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo*”. Jurnal Administrasi Bisnis, vol 51, no 2.

Assidiqi, H. 2009. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Keputusan Konsumen Dalam Pembelian On-Line (E-Commerce) di Jakarta dan Bandung. Bina Nusantara. Jakarta

Aly, D.A. 2013: “*Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian*”, Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.

Aswar, S. 2018. Penyusunan Skalah Psikologi. Pustaka Pelajar: Indonesia.

Diasari, A.S. (2016). *Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 5(12):4.

Eddati, E.T. 2014. “*Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Taman Indie Resto Malang*. Jurnal Ekonomia, vol 3, no 3.

Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Fatmawati, N. & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”*. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan, 10(1):8-9.



Ferdinand, Agustinus. 2014. Metode Penelitian Manajemen Edisi 5. Universitas Diponegoro. Semarang.

Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Universitas Diponegoro. Semarang.

Indriaty, L. (2016). *Pelayanan Jasa Atas Dimensi Empat Kepuasan Konsumen. Pelayanan Jasa Atas Dimensi*, 4(1):28.

Isyanto, A.Y. (2012). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Produk Pada Usaha Tani Padi di Kabupaten Ciamis. *Cakrawala Galuh*

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2012-2021. Edisi ke-empat, Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa).

Kasmir. (2017). *Customer Services Excellen Teori Dan Praktik*. In 1 (Ed.), PT Rajagrafindo Persada. Depok 16956. 7.

Kotler, Amstrong. 2016. *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.

Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education

Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2014. *Principles of Marketing*, 12th Edition, jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Krma, R.M. 2016. “Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, vol 24, no 1:33-42

Kusumah, R.Z. Indriani, F. 2011. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Di Semarang”. *Universitas Diponegoro*.

Ostavia, S.T. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Taman Indie Resto Malang) *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, vol 5, no 1.

Putri, I.I. (2010). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian”. (Studi pada rumah makan“ Soto Angkring Mas Boed” di Semarang), *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

Ristawan, N. 2009. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor”. *Jurnal Manajemen*, vol 4, no 2.

Sara, S, Sebayang, dan Emalisa, 2014. ”*Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Analisis Kepuasan Gerai Kopi di Kota Medan dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya*, *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*.

Siwi, C. 2010. “Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada GO-JEK Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating” *Jurnal Studi Ekonomi*, vol 19, no 2.



Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Alfabeta. Bandung.

Sujarweni, Wiratna. 2014. Metode Penelitian : Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.

Sisilo, Haryono dan Mokeri, 2018, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Amanda Hills Bandung”, Journal of Management, vol 4, no 4.

Tjiptono, Fandy. 2016. “Stratergi Pemasaran”. CV. Andi. Yogyakarta.

Uma, H. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.

Wariki, M.G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*. Jurnal EMBA, 3(2):1074.

