

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah saya ambil dalam pembahasan penelitian ini yang berjudul “Analisis Pengaruh *Product Quality*, *Service Quality*, dan *Brand Image* Terhadap *Customer Satisfaction* Starbucks Merr Surabaya”. Adapun kesimpulan yang saya buat dan pelajari dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah diperoleh bahwa variabel independen *Product Quality* Starbucks berpengaruh signifikan tetapi berlawanan arah terhadap variabel *Customer Satisfaction* di Starbucks Merr Surabaya.
2. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah diperoleh bahwa variabel *Service Quality* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen *Customer Satisfaction* di Starbucks Merr Surabaya.
3. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah diperoleh bahwa variabel independen *Brand Image* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen *Customer Satisfaction* di Starbucks Merr Surabaya.



5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah berjalan dapat disimpulkan dan diuraikan dari peneliti untuk perusahaan Starbucks dan kepada semua pihak manapun untuk manfaat:

Berdasarkan dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel *product quality* memiliki nilai produk yang awet dan tahan lama pada indikator pertanyaan no 1.3X dengan nilai terendah. Oleh karena itu perusahaan Starbucks disarankan dalam memproduksi produknya terus berupaya memperbaiki kualitas tahan dalam lemari pendingin, agar produk dari Starbucks lebih tahan lama untuk dapat dikonsumsi kembali oleh konsumen dan juga menjaga kualitas desain karakteristik minuman yang memiliki nilai indikator tertinggi agar selalu memiliki nilai yang positif bagi konsumen Starbucks.



DAFTAR PUSTAKA

- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 6(1), 94-99.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring).
- Agung, Ferdinand. 2016. Analisis Implementasi Proses Knowledge Management pada Kantor Akuntan Publik Non Big-Four (Penelitian Exploratory pada KAPADR). Tesis. Yogyakarta. Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada.
- Agung, N. S. 2022. 10 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia, Indonesia Salah Satunya, <https://katadata.co.id/agung/berita/628e09c8406dd/10-negara-penghasilkopi-terbesar-di-dunia-indonesia-salah-satunya>. (Diakses Tgl. 5 September: Pk 12:57)
- Abidin, Yunus. (2016). Desain Sistem Pembelajaran dalam Konteks Kurikulum 2013. Bandung: PT Refika Aditama.
- Abdullah, T., dan F. Tantri. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Azizah, L. 2021, Peningkatan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Untuk Mencapai Keberlangsungan Usaha. Tesis. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Bandung Bei, Lien T. And Chiao, Yu-Ching. 2001. *An integrated model for the effects of perceived product, perceived service quality, and oerceived price fairness on customer satisfaction and loyalty*. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*. Vol 14:125-141.
- Elow, Kenneth E and Donald Baack. (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications*. United kingdom : Pearson
- Juni, D. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta
- Juni, D. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak "Setiabudi" Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Vol. 5, No. 5.
- Darsono, I.I. (2008). Hubungan *perceived service quality* dan *loyalitas*: Peran trust dan *satisfaction* sebagai mediator. The 2nd National Confrence UKWMS. Surabaya.



Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7, No. 1.

Eugene Sivadas and Jamie L. Baker., 2000, "An examination of the relationship between, service quality, customer satisfaction, and store loyalty" *International Journal of Retail dan Distribution Management* Vol 28. No 2. pp 73- 82, 2000. ISSN 0959-0552

Prwina ; Rahayu, M., Indrawati., 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang]. *Jurnal Ekonomi Bisnis* Tahun 21, Nomor 1, Maret 2016.

Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105-122.

Tamon, N. P., Manoppo, W. S., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem. *Productivity*, 2(4), 309-314.

Tjiptono, F. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia

——— 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

——— 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Tjiptono, F. dan G. Chandra . 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Andi. Yogyakarta

Waharjiasari, F., S. Ekowati, dan R. Krisna,. 2020, Pengaruh kualitas produk, display layout dan variasi produk, terhadap kepuasan konsumen. *Journal ekombis review*, vol. 8 No. 2 Juli 2022 page: 149-159

S.Sureshchandar, Chandrasekharan Rajendra, R.N. Anantharaman: The relationship between service quality and customer satisfaction: *The Journal of Service Marketing*: 2002:16.4 Academic Research Library.

Ghozali, Iman. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

C. Vincent. 2005. *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Hardiyansyah. 2011. *Kualitas pelayanan publik :konsep, dimensi, indicator dan implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.

Hadiyono, N. dan Yonathan., 2019. *Pengaruh Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Starbucks Di Surabaya*. Vol. 7 , No. 2

H. Irawan. 2015. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Elex Media Komputpindo, Jakarta.



Indrawati, L., dan Pattinama, M. M., 2021. Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana. *Jurnal bisnis dan manajemen* vol 8 no 1 2021, Hal 16-21

Jiernady, C., 2017. *Gap Analisis Persepsi Dan Ekspektasi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk Esus*. Volume 1, Nomor 6, Februari 2017: 703 – 710.

Kenneth dan Donald (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communication*. United kingdom: pearson

Kotler, P., dan K. L. Keller 2016. *Marketing Management*, 16th Edition, Pearson Prentice Hall Published, New Jersey.

Rasmir, 2017, *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta:Raja Grafindo Persada.

— 2011. *Jasa-Jasa Perbankan*. Jakarta: RajawaliPers

Kodu, S., 2013. *Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1251-1259. ISSN 2303-1174

Salsana, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Nurul, N. dan Agustina., 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Grand Indonesia Jakarta Pusat*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Monita, Nurul and Agustian, Burda (2020) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STARBUCKS GRAND INDONESIA JAKARTA PUSAT. Tesis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Reiley, dkk. (2014). A cross-national study of the ecological worldview of senior consumers. *International Journals of Consumers Studies* ISSN 1470-6423. (110)

Reza, N. I. dan Karim, 2021. *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan* Vol. 6. No.1 Mei 2021.



Ratu Ifthiharfi, 2021, Tren Kopi Nasional. <https://theconomics.com/infographic/38699/>. (Diakses Tgl. 9 September Pk 14:20)

Setyo, Purnomo, E. 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.

Saleleng, Nia C.M., Christoffel dan Merlyn. 2014. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 September 2014.

Savitri, D dan Wardana., 2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang*. Vol. 7, No. 10, 2018: 5748-5782. ISSN: 2302-8912

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi Mix (Mix Methods)*. Bandung: PT.Alfabeta.

———. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

———. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI

Sari, R. L., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2014). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2).

———. M. 2022. Jelajah Kopi Jatim 2022, Menggali Lebih Dalam Potensi Tersembunyi.

<https://surabaya.bisnis.com/read/20220705/562/1551321/jelajah-kopi-jatim-2022-menggali-lebih-dalam-potensi-tersembunyi>. (Diakses Tgl 6 Oktober 2022: Pk 14:08)

Widaksana dan Burda, 2019, *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Indonesia*. Vol. 20, No.02 Agustus 2018 - Januari 2019. ISSN: 1693-0827

Wijarti, P. 2019. Pertumbuhan Kafe Jatim Mencapai 18 Persen Setahun. <https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafeberbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun>. (Diakses Tgl. 5 September 2022: Pk 12:40)

Wijaya, T. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta: PT.Indeks

