

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan *Servicescape* (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y), dimana citra perusahaan tidak dinilai dari persepsi dari penyedia jasa, melainkan berdasarkan dengan persepsi pelanggan / konsumen mengenai kualitas jasa yang diberikan. Keputusan Pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh upaya dari penyedia jasa untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan jasa yang diberikan.
2. Kualitas Produk (X_1) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, hal ini menunjukkan bahwa konsumen saat melakukan pembelian produk makanan dan minuman pasti akan melihat rasa pada makanan, porsi, dan bentuk yang indah sesuai dengan ekspektasi konsumen.
3. Harga (X_2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini menunjukkan bahwa konsumen saat akan melakukan pembelian menjadikan harga sebagai pertimbangan untuk melakukan pembelian makanan dan minuman.

4. *Servicescape* (X_3) tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini menunjukkan bahwa konsumen saat akan melakukan pembelian tidak menjadikan bentuk fisik jasa sebagai pertimbangan untuk melakukan pembelian makanan dan minuman, tetap konsumen memiliki pertimbangan lain yang mempengaruhi pembelian produk maupun jasa.
5. Berdasarkan hasil penelitian, dari ke tiga variabel kualitas produk merupakan variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen daripada variabel harga dan *servicescape*. Sehingga pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konsumen *Cafe Tanggal Tua Surabaya* melakukan pembelian makanan dan minuman disebabkan oleh kualitas dari produk yang ditawarkan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian, variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan. Dapat dilihat dari Uji t yaitu variabel kualitas produk, maka disarankan *Cafe Tanggal Tua Surabaya* agar lebih menyesuaikan dengan selera pasar dan mampu mempertahankan rasa dan bentuk pada makanan yang ditawarkan kepada konsumen.

2. Dari penelitian diatas juga disarankan untuk penelitian *Cafe Tanggal Tua* di Surabaya selanjutnya, agar dapat mengambil variabel-variabel lain diluar variabel yang sudah ada pada penelitian ini. Di karenakan pengaruh dari ketiga variabel pada penelitian ini sangat lemah dan pengaruh lainnya diambil dari variabel-variabel bebas yang belum dibahas pada penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfa Beta
- Angelica dan Ria Cahyani. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa : Diana.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair et al. 2010. *Multivariate Data Analysis, seventh Edition*. Pearson Prentice Hall
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps.
- Hariyanto, Ryan Nur, 2010, Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Harmani, 2008, *Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Turi Baru Surabaya*.
- Hightower, R. Jr., dan Shariat. M. 2009. “*Servicescape’s Hierarchical Factor Structure Mode*”. *Global Review and Economic Research*, 20 (1) Spring;375-398).
- Jay Heizer dan Barry Render, 2005, *Operations Management*, Edisi 7, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.

- _____. 2012. *Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran*. Edisi Kelima belas. PT. Indeks. Jakarta.
- Lovelock, Christopher., Wirtz, Jochen., and, Mussry, Jacky. (2011). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, dan Strategi (Perspektif Indonesia) Jilid Kedua Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Manullang dan Esterlina Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Mursid, M, Drs. (2014). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nurochani, Nila dan Deden Mulyana. 2017. *Pengaruh Servicescape dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Klinik Bersalin "BungaMawarni" Kota Banjar)*. Ciamis: Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 11, No. 1
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: Mediakom.
- Purba, Andreas Pardomuan dan Endang Ruswanti. 2015. *Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian BBM Pertalite (Studi Kasus Pada Pengguna BBM Pertalite Di Wilayah Puri Kembangan, Jakarta Barat)*. Jakarta: Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Vol. 3, Nomor 1.
- Riduwan. 2005. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2009. *Metode dan Teknik Menyusun tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rumangkang, Senny Febiola, Olivia Syanne Nelwan dan Irvan Trang. *Potongan Harga dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak Pada Matahari Megamas*. Manado: Jurnal EMBA Vol 2 No. 4, Hal 675-687.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Non Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Stanton J, William. 2000. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.

- Sudjana. 2005. **Metode Statistika**. Tarsito. Bandung
- Sugiyono. 2014. Memahami Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang dan Fathonah Eka Susanti. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*: Yogyakarta: Caps.
- Suparyanto, RW dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Swasta, B. 2010. *Manajemen Pemasaran, analisa perilaku konsumen*. Edisi pertama. cetakan ketiga. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta. Jakarta : Salemba Empat. Uma, Sekaran, 1992, Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- _____. dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality, Satisfaction* Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2011. Metode Pelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi 11. Jakarta: Raa Grafindo Persada.
- Wahyuni, Hana Catur dkk. 2015. *Pengendalian Kualitas*. Aplikasi pada Industri Jasa dan Manufaktur dengan Lean, Six Sigma dan Servqual. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Weenas, Jackson R.S. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. Manado: Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4, Hal 607-618.
- Wijaya, Tony. 2013. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. **Metodologi Penelitian**. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Widiyono dan Mukhaer Pakkana. 2013. *Pengantar Bisnis*. Respon terhadap Dinamikal Global. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Zeithaml, Valerie A. dan Bitner Mary Jo. (1996). *Services Marketing, International Editions*. Singapore: Mc Graw-Hill (516-538).
- _____. (2003). *Services Marketing, International Editions*. Singapore: Mc Graw-

