

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dengan melihat hasil analisis data diatas, simpulan yang dapat diambil peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Ejjj *coffee corner* di Surabaya.
2. *Electronic word of mouth* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Ejjj *coffee corner* di Surabaya.
3. Lokasi (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Ejjj *coffee corner* di Surabaya.
4. Harga (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Ejjj *coffee corner* di Surabaya.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Owner Ejjj *coffee corner*

Dengan melihat hasil kesimpulan diatas, Kualitas produk, *Electronic word of mouth* dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian minuman Ejjj *coffee corner* di Surabaya, oleh karena itu saran yang dapat diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan *owner* Ejjj *coffee corner* adalah sebagai berikut

- a. Memberikan promo atau diskon pada *event* tertentu misalnya acara ulang tahun konsumen mendapat diskon dengan menunjukkan KTP atau memberikan harga khusus pada menu baru minuman Ejjj *coffee corner* dengan jangka waktu misalnya 3 hari,

- b. Informasi produk Eji *coffee corner* tidak dijangkau konsumen melalui media instagram saja tetapi juga dijangkau pada media sosial lain seperti facebook, line, whatsapp, twitter atau tiktok;
- c. Berinovasi dengan menambah varian rasa minuman kopi misalnya menciptakan minuman kopi dengan rasa buah.

5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya

Saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya adalah menambah variabel lain diluar variabel yang peneliti gunakan untuk memperoleh hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, Julius dan Jolanda. 2013. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih *starbucks coffee* di galaxy mall, *Jurnal hospitality dan manajemen jasa*, 1 (2): 169-178.
- Aprodita. 2018. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Word of Mouth dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan pembelian mobil lelang PT Balai lelang serasi Palembang. *Skripsi*. Palembang : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Raden Fatah.
- Asri, D. T. Y., Wahyu Hidayat, dan Ngatno. 2015. Pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda (Studi kasus pada konsumen dealer tunggul sakti sejahtera semarang), *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 4 (3): 1-7.
- Azizah, Sheila dan Adhi prasetio. 2019. Pengaruh promosi penjualan di instagram, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada *Kanz Coffee & Eatery*), *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3 (2): 348-359.
- Azhari, Aditya. 2016. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Vixion (Studi pada pengguna sepeda motor Yamaha Vixion di dealer Batununggal Bandung). *Skripsi*. Bandung : Fakultas ekonomi. Universitas pasundan.
- Dewi, Nancy. S. dan Ida Bagus Sudiksa. 2019. Peran kepercayaan merek memediasi *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian, *E-Jurnal Manajemen*, 8 (6): 3784-3814.
- Echdar, Saban. 2013. *Manajemen Entrepreneurship Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Yogyakarta: Andi.
- Ellen dan Hetty Karunia Tunjungsari. 2019. Pengaruh *Electronic word of mouth* (ewom) dan *Country of Origin* (Coo) terhadap *purchase intnsion*; melalui mediasi brand image terhadap produk *nature republic* di universitas Tarumanegara, *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1 (3): 411-419.
- Fathoni, Ali. 2016. Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap tingkat penjualan usaha jasa mikro di kabupaten lamongan, *Jurnal penelitian ilmu manajemen*, 1 (1): 22-33.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (7th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Habibah, Ummu dan Sumiati. 2016. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk komestik wardah di kota Bangkalan Madura, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1 (1): 31-48.
- Ihsan, Rama. W dan Sampurno Wibowo. 2017. Pengaruh *hospitality* terhadap loyalitas konsumen (Studi kasus pada konsumen Grand Asrilia hotel Bandung tahun 2017), *e-Proceeding of Applied Science*, 3 (3): 1110-1114.
- Imron, Imron. 2019. Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang, *Indonesian Journal On Software Engineering*, 5 (1): 19-28.
- Indrawati, Lilik dan Devi Dian Amalia. 2020. Dampak *Sense, Feel, Think, Act, Relate, dan Brand Image* terhadap kepuasan pelanggan cafe di Surabaya, *Jurnal Bisnis Terapan*, 4 (1): 23-36.
- Islamiati, Dian, Hendrik Mentara dan Marhadi. 2019. Hubungan dismenore primer terhadap aktivitas olahraga remaja putri di smp negeri 1 banawa tengah, *Tadulako Journal Sport Sciences and Physical Education*, 7 (1): 52-66.
- Islami, S. A., Nina Maharani dan Dede R.Oktini. 2015. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi kasus pada toko tas Henny jalan Daleum Kaum Pasar Kota Kembang Bandung), *Prosiding Manajemen*, 1 (2): 1-5.
- Katrin, Intan. L., H.p Diyah Setyorini dan Masharyono. 2016. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di restoran Javana Bistro Bandung, 3 (1): 246-254.
- Kotler and Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall. 12th edition. England:Pearson Education, Inc.*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management. 15th edition. New Jersey:Pearson Education Limited.*
- Lee, J., Do-Hyung Park, dan Ingoo Han (2008). *The effect of negative online consumer reviews on product attitude: An information processing view, Electronic Commerce Research and Applications*, 7(3), 341-352.
- Lianardi, William dan Stefani Chandra. 2019. Analisis kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada swalayan juni Pekanbaru, *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4 (1): 45-58.

- Luthfiyatillah., Afifah Nur. M., Sitti Hamidah. M ., dan Sri Herianingrum. 2020.
Efektifitas media instagram dan *e-wom (electronic word of mouth)* terhadap minat beli serta keputusan pembelian, *Jurnal penelitian Ipteks*, 5 (1): 101-115.
- Nopian, Andriana Barkah. 2019. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada kedai kopi Celestial Lembang Kab. Bandung Barat). *Skripsi*. Bandung : Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik. Universitas Pasundan.
- Nurchahyo, Bagus. 2018. Analisis dampak penciptaan *brand image* dan aktifitas *word of mouth (WOM)* pada penguatan keputusan pembelian produk *fashion*, *Jurnal Nusamba*, 3 (1): 14-29.
- Oemar, Usailan. 2019. Pengaruh kepercayaan dan harga terhadap keputusan pembelian online melalui media sosial instagram pada mahasiswa STIE Rahmanyah, *Jurnal Manajemen Kompeten*, 2 (2): 52-65.
- Oktavenia, K. A. R. dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2019. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone nokia dengan citra merek sebagai pemediasi, *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8 (3): 1374-1400.
- Pardede, Ratlan dan Tarcicius Yudi Haryadi. 2017. Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen, *Journal of Business and Applied Management*, 10 (1): 55-79.
- Perkembangan pariwisata jawa timur. 2018. Surabaya. Badan pusat statistik provinsi Jawa Timur dan Satriyo Wibowo.
- Priyastama, Romie. 2017. Buku Sakti Kuasai SPSS Pegolahan Data & Analisis Data. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.
- Purnomo, Eko. 2016. Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama), *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen*, 4 (1): 1-28.
- Prasetyo, Tri. A. dan Indi Djastuti. 2015. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk, kualitas layanan, harga, lokasi (Studi kasus pada Waroeng Bamboe di Tembalang –Semarang), *Diponegoro Journal of Management*, 4 (3): 1-15.

- Puspa, Rani., Angrian. P., dan Sesiyana. N. 2017. Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian (Studi kasus pada perumahan Ciujung *River Park* Serang, Banten), *Jurnal ilmiah manajemen bisnis*, 3, (2): 205-215.
- Putra, Giardo Permadi., Zainul Arifin., dan Sunarti. 2017. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi bisnis fakultas ilmu administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang melakukan pembelian paket data kampus), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 48 (1): 124-131.
- Rahayu, Natalia Kinanti. 2016. Pengaruh *electronic word of mouth* pada keputusan pembelian konsumen kendaraan roda empat merek honda. Skripsi. Yogyakarta : Fakultas ekonomi. Universitas Sanata Dharma.
- Ramadhani, Bunga. 2015. Pengaruh *Electronic word of mouth* (E-wom) terhadap keputusan Pembelian di Surabaya (Studi terhadap toko online Zalora dan BerryBenka). *Skripsi.* Surabaya: Sekolah tinggi ilmu ekonomi perbanas.
- Ratnasari, R., dan Aksa. M.H. 2011. Teori dan kasus Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. 2016. Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Aqua di Kota Pati, *Jurnal STIE Semarang*, 8 (2): 92-121.
- Rosad dan Suparyanto. 2015. Manajemen pemasaran. Bogor : *In Media*.
- Santoso, Noer. C. dan Wahyu Hidayat. 2019. Pengaruh kualitas produk, promosi, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada pembeli produk Rotiboy di Mall Kota Semarang), *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 8 (4): 1-12.
- Sari, Novita., Muhammad Saputra., dan Jamaluddin Husein. 2017. Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak.com, *Jurnal Manajemen Magister*, 3 (1): 96-106.
- Sari, Sonnya dan Gati Dwi Yuliana. 2017. *Electronic word of mouth* melalui youtube: Studi terhadap *beauty vlogger* kosmetik Wardah, *Journal of strategic communication*, 8 (1): 59-69.
- Sembiring, I. J., Suharyono, dan Andriani Kusumawati. 2014. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15 (1): 1-10.

- Sindunata, Ivan dan Bobby Alexander Wahyudi. 2018. Pengaruh E-WOM (*Electronic word of mouth*) terhadap keputusan pembelian di agoda.com, 6 (1): 128-138.
- Sitorus, Christin. V. dan Agus Maolana Hidayat. 2019. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli iphone di bandung tahun 2019, *e-Proceeding of Applied Science*,5 (2):637-644.
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).Bandung : Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumartini.2017. Pengaruh intensitas penggunaan internet terhadap perilaku keagamaan santri putri (Studi kasus di Pondok Pesantren Raudlatul Ulum Putri Desa Kajen Margoyoso Pati). *Skripsi*, Semarang : Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran. Edisi ke dua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunarto. 2015. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko kerajinan kulit kartika magetan, *Equilibrium*, 3 (2): 191-205.
- Suratmiyati dan Yudhi Anggoro. 2020. Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk jasa, *Management and Business Review*, 4 (1): 52-59.
- Suwandana, I. M. A. 2017. Pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada koperasi serba usaha dalem kahyangan dukuh desa adat Kerobokan di Kuta utara, Badung, Prosiding seminar nasional Darmajaya, 1 (1): 586-600.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Bisnis Pemasaran. Andi. Yogyakarta.
- Wulandari, Ratna. 2019. Pengaruh lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan pegawai terhadap keputusan pembelian di pusat perbelanjaan, *Iqtishadequity*, 2(1): 68-80.
- Yazia, Vivil. 2014.Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian handphone blackberry (studi kasus blackberry center veteran padang), *Journal of economic and economic education*, 2 (2): 165-173.

Yee, C. P., Mun, K. W. K., Yee, L. M. and Ling, Y. 2014. *Factors Influencing Purchase Intention Of Starbucks*. Skripsi. Faculty of Accountancy and Management. Universiti Tunkuabdul Rahman.

Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati. 2016. Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di morning *bakery* batam, Jurnal Inovasi dan Bisnis, 4 (2): 123-136.

WEBSITE

Laura,Ester. 2018. 28 kuliner khas Surabaya yang legendaris dan murah meriah.

<https://indonesia.tripcanvas.co/id/surabaya/kuliner-murah-meriah/> (Diakses tgl. 3 Februari 2021 : Pk. 00:42)