BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian di *Little Flock Cafe* Surabaya dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan (X_1) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Little Flock Cafe* Surabaya. Hal ini berarti bahwa Keputusan Pembelian Konsumen tidak melihat Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh *Little Flock Cafe* Surabaya. Namun ada beberapa hal yang menjadi perhatian konsumen *Litle Flock Cafe* Surabaya dalam hal Kualitas Pelayanan yang diberikan. Seperti Pelayan dari *Little Flock Cafe* Surabaya yang dirasa belum cukup tanggap kepada konsumen yang ingin atau telah membeli produk dari *Little Flock Cafe* Surabaya. Akan tetapi, informasi yang diberikan oleh pelayan juga termasuk poin yang diperhatikan oleh pembeli dalam melakukan keputusan pembelian.

b. Kualitas Produk (X_2) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Little Flock Cafe* Surabaya. Hal ini berarti bahwa semakin baik Kualitas Produk yang diberikan oleh *Little Flock Cafe* Surabaya maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian yang dilakukan oleh pembeli di *Little Flock Cafe* Surabaya. Adapun poin yang cukup diperhitungkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah Produk yang diberikan oleh *Little Flock Cafe* Surabaya sesuai

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

dengan yang dijanjikan (Rasa, Bentuk, Penyajian, Ukuran, dll). Namun untuk poin Produk dari *Little Flock Cafe* Surabaya tahan lama dari segi kadaluarsanya juga perlu diperhatikan, karena konsumen kemungkinan mengkonsumsi produk yang diberikan tidak saat itu juga.

c. *Personal Selling* (X_3) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Little Flock Cafe* Surabaya. Hal ini berarti bahwa semakin masif *Personal Selling* yang dilakukan oleh *Little Flock Cafe* Surabaya maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian yang dilakukan oleh pembeli di *Little Flock Cafe* Surabaya. Adapun poin yang cukup mendukung konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di *Little Flock Cafe* Surabaya adalah pelayan dari *Little Flock Cafe* Surabaya yang selalu berusaha memastikan apa yang ingin konsumen pesan. Namun, untuk poin bagaimana pelayan dari *Little Flock Cafe* Surabaya dalam menyiarkan promosi ataupun informasi secara pribadi kepada konsumen harus diperhatikan, karena hal inilah yang konsumen rasakan kurang.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan sebelumnya, peneliti telah menyusun beberapa saran yang harapannya bisa membuat objek penelitian yaitu *Little Flock Cafe* Surabaya dan peneliti berikutnya dapat berkembang dan meneliti dengan baik. Saran dari peneliti diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi *Little Flock Cafe* Surabaya.

    a. Untuk kualitas produk agar cara pengemasan lebih diperhatikan lagi seperti *packaging*-nya dengan tidak langsung membungkus

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

makanan yang masih panas, karena hal tersebut bisa membuat makanan ataupun minuman cepat basi atau tidak tahan lama. Dengan cara melubangi bagian belakang *packaging*. Karena ketahanan produk merupakan salah satu indikator yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan pembelian produk.

b. Untuk *Personal Selling*, pelayan *Little Flock Cafe* agar melakukan pemasaran secara personal kepada pelanggan-pelanggan yang sering melakukan pembelian di *Little Flock Cafe* Surabaya, seperti menyebarkan brosur di lingkungan sekolah ataupun lingkungan kampus di sekitar lokasi *Little Flock Cafe* Surabaya, melakukan pendekatan pemasaran secara personal kepada siswa ataupun mahasiswa yang suka berkomunitas. Hal ini karena pembeli di *Little Flock Cafe* didominasi oleh Siswa dan Mahasiswa.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah agar lebih mendalami penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi suatu Keputusan Pembelian yang ada. Karena Keputusan Pembelian merupakan hal yang penting dalam jalannya suatu bisnis. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperdalam variabel-variabel yang ada untuk lebih bisa kreatif tentang pemilihan variabel-variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian itu sendiri. Masih banyak indikator-indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian itu masih belum diteliti. Maka dari itu, indikator-indikator yang belum diteliti agar selanjutnya untuk

diteliti. Seperti Pengaruh Psikologi Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Chico Surabaya, Pengaruh Psikologi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Superindo, Analisis *Gimmick Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* di *Planetgadget*.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

Afriyanti, S. And Rasmikayati, E. 2018. *Studi Strategi Pemasaran TerbaikBerdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar KedaiKopi Di Jatinangor*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH, 3(1), pp. 856–872.

Alma, H. Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Penerbit Alfa Beta Bandung

Anam, Muhammad Syariful. Dian Luthvita Nadila. Tara Ayu Anindita. Rina Rosia. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merk Citra.*Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah

Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunkan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. 1(2), 83–101.

_____. dan Fiki Kurniawan.2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Interventing.*Jurnal Pemasaran Kompetitif : Volume 4, Nomor 2, Februari 2021, *pages* 254-268, ISSN No. 2598-0823

Baihaky, Safarudin. Ahmad Nizar Yogatama. Rita Indah Mustikowati. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang.*Jurnal Ilmu Sosial.Vol.1, No.2, Maret 2022.iSSN: 2828 3368

Chakravarti, Laha dan Roy. 1967. *Handbook of Methods of Applied Statistics*. Volume I. John Wiley and Sons.

Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.* Global Research And Consulting Institute

Ervandi, Mochammad Zulfikar dan Romauli Nainggolan. 2021. *Pengaruh Personal Selling dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Thea di Surabaya.* Jurnal Manajemen dan Start-Up, Volume 6, Nomor 2, Juni 2021.

Fasha, Anisha Ferdiana. Muhammad Rezqi Robi. Shindy Windasari. 2022. *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial.Volume 3, Issue 1, 2022. ISSN: 2716-375X, P-ISSN: 2716-3768

Fetrizen, dan Nazaruddin Aziz. 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia.* OSF Preprint, 11 Mar. 2019. Web

Ferdinand, A. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang

Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran.* CV. Penerbit Qiara Media Pasuruan. ISBN: 978-623-7925-18-7

Fuadi, Selamet. Elly Wijayanti. Suyadi. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Indihome Pada PT Telkom Metro. Kaliando Halok Gagas, Volume 4, No 2, Januari 2022. ISSN 2776-1355 (Online).

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

Hair, Joseph F. 2014. *Multivariate Data Analys.* Pearson New International Edition. Seventh Edition

Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta. Erlangga

https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/volume-penjualan-kopi-siap-minum-indonesia-naik-32-pada-2022

https://landx.id/blog/infografik-semerbak-harumnya-bisnis-kopi-indonesia/ (diakses pada tanggal 27 April 2023)

Julitawaty, Wily. Frith Willy. Thomas Sumarsan Goh. 2020. *Pengaruh Personal Selling dan Promosi Penjualan Terhadap Efektivitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT Mega Anugrah Mandiri.* Jurnal Bisnis Kolega. Vol. 6, No. 1, Juni 2020.e-ISSN: 2621-8291

Kasali, Rhenald. 2008. *Membidik Pasar Indonesia, SegmentasiTargeting Positioning.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga

_____. Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13 jilid 1, penerbit Erlangga

_____. Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran.* Edisi 12 jilid 1, penerbit Erlangga

_____. Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management.* 15th. Edition New Jearsey: Pearson Pretice Hall, Inc.

_____ dan Armstrong G. 2018. *Principles of Marketing.* 17th Edition. United Kingdom: Pearson.

Kurniawan, A. and Ridlo, M. R. 2017. *Perilaku Konsumtif Remaja PenikmatWarung Kopi*, Jurnal Sosiologi DILEMA, 32(1), p. ISSN: 0215-9635

Kusuma, T.M. And Dadang Hermawan. 2021. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service,* Jurnal Ekonomi dan Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika, Volume 18 No. 2 September 2020, P-ISSN 1411-8637 E-ISSN 2550-1178, DOI: https://doi.org/10.31924/jp.vl7i2

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.

Maharani, Susana. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut.* Vol. 2, No. 1, Tahun 2019. ISSN: 2622-6367 (Online)

Manggala, Hutomo dan Dr. Gidion P.A. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Shaburi Kelapa Gading)*. Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 19, Nomor 1, 2022, Hal 39-53, p-ISSN: 1683-7910

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran plagiasi akan ditindak sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Napitupulu, Sabar. Nirwana Tapiomas, Riduan Tobink. 2021. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis dengan teori-teori para ahli.* Edisi Revisi 2021, ISSBN 978-979-3271-09-5

Nurdin, Ismail dan Sri Hartati.2019. *Metodologi Penelitian Sosial.*Penerbit Media Sahabat Cendekia, Surabaya. ISBN: 978-623-90984-3-8

Putra, Harizal Prima. Lutfi Erwin Lubis. Jazuli. 2020. *Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone di Erafone Store Batan Tahun 2020.* Journal Of Management and Accounting (JMA)

Ramadani, Mohammad. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Handphone.* Vol. 1, No. 2, Tahun 2019, ISSN: 2622-6367

Simanjuntak, Agus N. Anita Tresia Samosir. Desi N. Hutahaean. 2021. *Interpretasi Promosi Secara Personal Selling Dalam Eksplanasi Penjualan Produk Siaran Televisi Digital di PT Sibayak Entertainment Indonesia.*

Sopiyan, Pipih. 2022. *Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.* Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol 13 No 2, Juli 2022. E-ISSN: 2615-4978)

Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* cetakan ke-26. Penerbit Alfabeta, Bandung.

_____. 2019. *Merod Penelitian Kantitatif, Kualitatif dan R&D.* Penerbit Alphabet, Bandung.

_____. 2019. *Merod Penelitian Kantitatif, Kualitatif dan R&D.* Penerbit Alphabet, Bandung.

_____. 2019. *Merod Penelitian Kantitatif, Kualitatif dan R&D.* Penerbit Alphabet, Bandung.

Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *SPSS untuk Penelitian.* Pustaka Baru, Yogyakarta.

_____, V. Wiratna. 2008. *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi & Umum.* Global Media Informasi, Yogyakarta.

Sulistyowati, Wiwik. 2018. *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya.* Umsida Press. ISBN: 978-602-591-436-2

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS.* Andi Yogyakarta.

Tjiptono, F dan Gregorius Chanda. (2016). *Service, Quality &Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

_____. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

_____. 2000. Prinsip-prinsip Total Quality Service. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta

_____. 2008. *Strategi Pemasaran.* Edisi 3. ANDI Yogyakarta.

Wahyuningtyas, Suci Satya dan Dewi K. Soedarsono. 2020. *Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pestisida Pada CV Bunga Tani.*E-Proceeding of Management : Vol. 7, No. 2 Desember 2020, Page 7459, ISSN: 2355-9357

Warsiati, Wiwi dan Damianus Daeli. 2022. *Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian di PT FCC Nestle Cimahi.* Jurnal EKBIS, Volume 10 Nomor 1 Tahun 2022, ISSN p. 2339-1839 e.2722-4082

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk kepentingan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan ditindaklanjuti sesuai dengan undang-undang yang berlaku

Wibowo, Hafidh Okta and Saptani Rahayu. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood di Kota Solo.* Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan, Vol. 8, No 1 (2021) ; p. 70-78 ; https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent, ISSN : 1979-2700

Winda. Nurmaidah Ginting. Ricky Onggo. Veren Phannata. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Merek, dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Merek U-Lock Pada PT Union Tetap Jaya Medan*. Management Studies and Entrepreneurship Journal. Vol 3(4), 2022 : 2610-2619

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.