

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan.

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, analisis data, dan pembahasan yang dipaparkan pada bab terdahulu, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi harga dengan kepuasan konsumen cafe Cracking Chambers. Apabila variabel persepsi harga meningkat maka variabel kepuasan konsumen cenderung naik, artinya semakin tinggi nilai persepsi harga maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen cafe Cracking Chambers. Apabila variabel kualitas produk meningkat maka variabel kepuasan konsumen cenderung naik, artinya semakin tinggi nilai kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi harga, kualitas produk, dengan kepuasan konsumen cafe Cracking Chambers. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang dominan terhadap variabel kepuasan konsumen. Dilihat dari T_{hitung} mempunyai nilai sebesar 2,339 yang mempunyai nilai lebih besar dari persepsi harga yaitu sebesar 1,998.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disarankan kepada pemilik, maupun pihak pengelola kopi torabika sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan.

Berdasarkan penelitian ini cafe Cracking Chambers di harapkan dapat terus menjaga atau bahkan meningkatkan kualitas produk, serta mempertahankan harga yang terjangkau sehingga konsumen tetap memilih cafe Cracking Chambers sebagai tempat untuk sekedar nongkrong atau berkumpul bersama teman-teman. Lebih mengenalkan produk dengan cara melakukan penawaran produk yang dapat melalui promosi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan mencari tau mengenai kepuasan konsumen cafe Cracking Chambers melalui faktor lain seperti brand image, harga, promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal Emba ISSN 2303-1174*, 2(3): 1768-1780.
- Chales W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. (2001). *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Fitriyatul Bilqies, Ana. (2016). Peran Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare. *Skripsi*. Sidoarjo: Universitas Kadiri.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. (2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi ke tiga belas, terjemahan Bob sabran, MM. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 jilid satu*. Erlangga : Jakarta.
- Lili Yulianti, Ai. (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE. *Skripsi*. Bandung: Universitas Telkom Bandung.
- Lovelock dikutip Tjiptono dalam Hutasoit (2011: 24). Beberapa metode untuk mengevaluasi kepuasan.
- Lupiyoadi, & Hamdani (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2*. Salemba Empat.
- Mark M.H. Goode., Cockrill, Antje (2010). Perceived Price and Price Decay In the DVD Market. *The Journal of Product and Brand Management*.
- Prasetio, Arie. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.TIKI. *Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Prawirosentono, Suyadi. (2007), *Filosofi Baru Tentang Mutu Terpadu. Edisi 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Royan, Frans M. (2004). *“Marketing Celebrities”*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Schiffman, dan Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall.

- Setyo, Purnomo Edwin. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks". *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. 1(6): 755-764.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2005). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra dan Dadi Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. Edisi Ketiga. Andi. Yogyakarta.
- Yoestini, Nugraheni, dan Kamal. Mulyono. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan). *Karya Ilmiah*. Semarang: Universitas Diponegoro.