

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tangible (Bukti Fisik) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi shinta kepanjen
2. Reliability (keandalan) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi shinta kepanjen
3. Responsiveness (ketanggapan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi shinta kepanjen
4. Assurance (jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi shinta kepanjen
5. Empathy (empati) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi shinta kepanjen

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa indikator Tangibles, Reliability, dan Empathy tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, variabel Responsiveness dan Assurance menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas dari indikator Responsiveness dan Assurance, serta memperbaiki variabel Tangibles,

Reliability, dan Empathy, agar tingkat kepuasan pelanggan yang mengunjungi Kopi Shinta Kapanjen untuk menikmati makanan dan minuman dapat meningkat.

- a. Tangible (Bukti Fisik) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Shinta Kapanjen. Penelitian menyarankan agar perusahaan meningkatkan kenyamanan dan kebersihan sehingga pelanggan merasa lebih nyaman untuk bersantai atau menyelesaikan tugas dalam waktu lama di Kopi Shinta Kapanjen. Selain itu, perusahaan bisa mempertimbangkan untuk menambahkan beberapa fasilitas hiburan, seperti papan permainan catur, UNO, UNO Balok, Monopoli, atau permainan kartu lainnya, bagi pelanggan yang ingin bersantai dan bermain sambil menikmati minuman mereka.
- b. Reliability (Kelandalan) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Shinta Kapanjen. Penelitian menyarankan agar perusahaan meningkatkan komunikasi internal antara tim kerja dan secara aktif mencari umpan balik dari pelanggan mengenai pengalaman mereka di Kopi Shinta Kapanjen. Hal ini dapat dilakukan melalui formulir umpan balik, survei, atau interaksi langsung dengan pelanggan.
- c. Responsiveness (Kepedulian) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Shinta Kapanjen. Penelitian menyarankan agar karyawan Kopi Shinta Kapanjen selalu responsif dan ramah terhadap pelanggan, menyambut mereka dengan senyum, memberikan salam yang hangat, dan siap membantu dengan pertanyaan atau permintaan apapun. Selain itu, Kopi Shinta Kapanjen perlu lebih aktif memantau dan merespons komentar atau pesan dari

pelanggan di media sosial, seperti Instagram. Tanggapi pertanyaan, komentar, atau keluhan dengan cepat dan secara profesional.

- d. Assurance (Jaminan) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Shinta Kapanjen. Penelitian menyarankan untuk meningkatkan kualitas produk dan konsistensi dari waktu ke waktu, termasuk rasa kopi, kualitas makanan, dan standar pelayanan yang konsisten setiap kali pelanggan datang. Selain itu, tawarkan jaminan kepuasan pelanggan, seperti kebijakan pengembalian uang atau penggantian produk jika pelanggan tidak puas dengan layanan mereka. Hal ini akan memberikan kepercayaan tambahan kepada pelanggan bahwa Kopi Shinta Kapanjen peduli terhadap pengalaman mereka.
- e. Empathy (Empati) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Shinta Kapanjen. Membangun empati dalam kafe adalah cara yang efektif untuk menciptakan lingkungan yang hangat dan ramah bagi pelanggan. Penelitian menyarankan agar karyawan Kopi Shinta Kapanjen menyambut pelanggan dengan senyuman dan salam yang hangat. Sambutan yang ramah dapat membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan. Selain itu, berikan ruang untuk berinteraksi, dan ciptakan lingkungan di Kopi Shinta Kapanjen di mana pelanggan merasa nyaman untuk mengekspresikan diri. Ini bisa berupa tempat duduk yang nyaman, musik yang menenangkan, atau papan tulis di mana pelanggan dapat menulis pesan atau ungkapan mereka.

2. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti lain yang melakukan penelitian dengan tema atau judul yang sama. Selain itu, diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dalam

melakukan penelitian dengan tema atau judul yang serupa, karena seiring waktu, data dan kondisi terkait tema atau judul ini dapat berubah.



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyani, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Chan, D. R. (2020). Pengaruh E-Service Quality, Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Layanan Premium pada Aplikasi Streaming Musik Spotify pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Universitas Sumatera Utara
- Christina Widya, Utami. 2012, Manajemen Ritel, Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Fandy Tjiptono. (2017) Pemasaran Jasa, Penerbit Banyumedia Publishing, Jawa Timur.
- Farooq, M. S., Salam, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach. *Journal of Air Transport Management*, 67, 169-180.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*.
- Firmansyah, Anang. 2018. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Gama, F. H. P, & Utami, A. R.(2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pintaar.com. Vol. 3
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, H. (2018). Evaluating service quality of airline industry using hybrid best worst method and VIKOR. *Journal of Air Transport Management*, 68, 35-47
- Hasibuan, Malayu. 2011. Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: Bumi Aksara.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19– 28.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Iqbal, M. S., Hassan, M. U., & Habibah, U. (2018). Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1423770.

- Irawan, Anom. (2019). Kalibrasi Spektrofotometer sebagai Penjaminan Mutu Hasil Pengukuran dalam Kegiatan Penelitian dan Pengujian. *Indonesian Journal of Laboratory*. 1(2), 1-9
- Irawan, Handi. (2009). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elek Media Komputind
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423
- Joudeh, J. M., & Dandis, A. (2018). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in an Internet Service Providers. *International Journal of Business and Management*, 13(8), 108-120
- Kaengke, B. L. Tumbel, T.M, & Walangitan, O. (2022) Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli
- Kasmir. (2017). *Costumer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada. Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Matahari Department
- Konsumen pada Dapuruma di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang SELATAN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 694-701
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Dasar-dasar manajemen pemasaran. Yogyakarta: BPEE.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management Globak Edition 15th*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen Pemasaran, edisi 13, Jilid 1, Erlangga: Jakarta. edisi 2, Salemba Empat : Jakarta.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia. Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). Manajemen pemasaran jasa. Language, 18(298p), 26cm
- Lupiyoadi. R. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : ALFABETA, cv
- Masruroh, N., & Rahmaningtyas, W. (2020). Penggunaan Model Servqual untuk Menyelidik Kualitas Pelayanan. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 666–678.
- Maulid, N. Periyadi & Junaidi (2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cinnamon Coffee And Eatery. *Jurnal Maisyatuna*. Volume. 5 No. 2. Doi:<https://doi.org/10.53958/mt.v5i2.473>.
- Moenir. 2020. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Bumi Aksara: Jakarta

- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128–137
- Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Ngatno. 2018. Manajemen Pemasaran. Semarang : EF Press Digimedia.
- Parasuraman A Valerie. (2001). *Delivering Quality Service*. (diterjemahkan oleh sutanto). New York. The free press.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12- 37
- Permana, I. G, & Purboyo, T. (2024) KUALITAS PELAYANAN KARTU TANDA PENDUDUK ELEKTRONIK (E-KTP) DI KANTOR KECAMATAN KEMBARAN KABUPATEN BANYUMAS
- Priyanto. 2012. Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS. Yogyakarta: Cv Andi Offest.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sari, R. F, & Marlius, D. (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. Volume 7 Nomor 1 Store di Mantos 2. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1)
- Sugito, 2019. Mengukur Kepuasan Pelanggan. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitativ, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung
- Surti, I, & Anggraeni, F.N. (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientfic Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*. Vol. 3, No. 3 <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930684> terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 147-154
- Tjiptono, F. (2006). Pemasaran Jasa, edisi kedua. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa–prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono. Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET

Triatmojo. 2019. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Nuha Medika: Yogyakarta.

Tsafarakis, S., Kokotas, T., & Pantouvakis, A. (2018). A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and service quality improvement. *Journal of Air Transport Management*, 68, 61-75

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill/Irwin



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT