

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dimana penulis menganalisis terkait Harga sebagai variabel X1, Kualitas Produk sebagai variabel X2, Kualitas Pelayanan sebagai variabel X3 dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel Y sehingga penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

5.2. Implikasi Manajerial

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan meskipun seperti itu penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya:

1. Bagi Tanaya Coffee

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan usaha ditengah sengitnya persaingan dunia bisnis terutama dalam memperbaiki kualitas pelayanan dan kualitas produk nya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

3. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada tanaya *coffee* di kota bekasi timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada Pt Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322.
- Ariska, N., Wijaksana, T. I., Sos, S., Si, M., Prodi, S., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2017). *Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung) The Influence Of Service Quality And Sales Promotion To Repurchase Intentions (Study On Consumer Bakso Boedjangan Burangrang Branch Bandung) Berdasarkan Dari Data Jumlah*.
- Darmawan, D. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'cost Surabaya. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.
- Listanto, D. K., Chalil, C., & Santi, I. N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Di J.Co Donuts Dan Coffe Palu Grand Mall. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (Jimut)*, 5(3), 240–250. <https://doi.org/10.22487/Jimut.V5i3.156>
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/Jpe.V13i1.10416>
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/Tatakelola.V7i2.174>
- Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga,

Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813. <https://doi.org/10.35794/Emba.V2i3.5973>

Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 878–886.

Sumayyah, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada 404 Eatery And Coffe, Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 21–28. www.journal.ibmasmi.ac.id

Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250. <https://doi.org/10.30742/Equilibrium.V15i2.630>

