

BAB V

PENUTUP

Bagian ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang telah dilakukan, sebagai bagian penutup maka pada segmen ini akan dijabarkan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilaksanakan. Kesimpulan yang dijabarkan dibawah merupakan hasil dari penarikan hipotesis yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya. Adapun saran yang akan disampaikan merupakan rekomendasi bagi sesiapa yang dirasa memiliki andil terhadap model dalam penelitian ini. Kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang ingin menganalisis bagaimana faktor kualitas pelayanan, inovasi produk memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen dan penjualan pada kafe “Kopi Bang Raden” di tahun 2022. Lebih lanjut berdasar pada hasil pembahasan maka disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Pelayanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi.
2. Inovasi produk mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin baik suatu produk diinovasi maka akan menaikkan taraf kepuasan konsumen.
3. Kualitas Pelayanan mempengaruhi secara positif dan signifikan pada penjualan, artinya pihak pengelola kafe dapat memperhatikan kualitas pelayanan dalam meningkatkan omset penjualan.
4. Inovasi produk mempengaruhi secara positif dan signifikan pada penjualan, artinya semakin baik suatu produk diinovasi maka akan menaikkan tingkat penjualan.
5. Disimpulkan bahwa kepuasan konsumen mempunyai pengaruh signifikan dan positif pada penjualan kopi bang raden. Dalam hal ini tingkat kepuasan konsumen dapat menjadi sentimen dalam membangun omzet penjualan.

Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen makan akan semakin baik omzet penjualan, hal yang sama berlaku sebaliknya.

6. Selain itu sebagai perantara, kepuasan konsumen berhasil menjadi perantara bagi inovasi produk dan kualitas pelayanan dalam memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.
7. Meninjau pada hasil pembahasan penelitian ini dinyatakan sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu dimana dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Riana (2021) yang menyatakan bahwa inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lebih lanjut penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulawarman et al (2019) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan beberapa kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya maka beberapa saran yang akan dijabarkan diberikan pada kategori dibawah ini.

1. Bagi Kafe Kopi Bang Raden

Pada penelitian yang telah dilaksanakan didapatkan kesimpulan bahwa inovasi produk dan kualitas pelayanan memberikan proporsi pengaruh pada tingkat kepuasan konsumen sebesar 77,4%. Dalam hal ini hendaknya kafe Kopi Bang Raden memperhatikan dalam melakukan inovasi pada produk yang ada dalam menu dan sebaiknya juga melakukan evaluasi pada kualitas pelayanan dalam membangun kepuasan konsumen. Lebih lanjut Kafe Kopi Bang Raden juga sebaiknya memperhatikan dan mempertimbangkan tindakannya dalam melakukan evaluasi pada kualitas pelayanan dan melakukan inovasi pada produk. Hal tersebut diakibatkan proporsi pengaruh yang diberikan sebesar 92,4%. Menurut hemat saya proporsi tersebut merupakan hal yang cukup besar sebagai sentimen bagi tingkat penjualan produk Kopi Bang Raden. Perbaikan kualitas pelayanan dan inovasi produk diharapkan akan bergerak sejajar dengan proporsi pengaruh yang diberikannya.

2. Bagi Konsumen Setia Kopi Bang Raden

Sebagai konsumen yang senantiasa menikmati produk kopi dan non-kopi di Kafe Kopi Bang Raden, hendaknya melakukan sinergi dan juga masukan sebagai *insight* dalam hal memperbaiki dan menyempurnakan pelayanan dan kepuasan konsumen. Selain itu hendaknya konsumen juga dapat memberikan kritik jika dalam membeli produk yang ada dirasa kurang dalam pelayanan dan juga inovasi pada produk yang disajikan.

