

BAB V

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Pemasaran merupakan faktor penting dalam siklus kepuasan konsumen. Dalam bisnis apa pun, pemasaran adalah salah satu aktivitas terpenting yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menghasilkan keuntungan. Bisnis pemasaran juga perlu memuaskan konsumen agar perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang, hasil pengujian dan pembahasan pada bab sebelumnya beserta teori dan konsep yang mendukung pengujian ini dengan judul Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Jago di Cipete Jakarta Selatan. Dalam pengujian ini, penulis menyimpulkan bahwa:

1. Inovasi produk erat kaitannya dengan kepuasan konsumen karena konsumen menghargai barang atau jasa yang digunakannya. Evaluasi terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi bisa positif atau negatif. Maka pada akhirnya hipotesis pada pengujian tersebut bisa membuktikan bahwa inovasi produk menunjukkan pengaruhnya secara positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen. Jika konsumen menilai negatif, maka konsumen merasa barang atau jasa yang dikonsumsi tidak disukai atau tidak akurat pakai apa yang diharapkannya sehingga konsumen tidak akan membeli kembali barang atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Sedangkan konsumen menilai positif atas peralatan yang dikonsumsi maka akan menyebabkan konsumen menyukai dan menggandrungi peralatan sehingga akan kelahirannya pembelian secara terus menerus dan memunculkan prinsip keceriaan konsumen, jadi dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk Kopi Jago di Cipete Jakarta Selatan, artinya ketika inovasi produk meningkat maka mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen Kopi Jago di Cipete Jakarta Selatan.
2. Kualitas dapat digolongkan sebagai senjata strategis pesaing. Karena peranan kualitas produk sangat menentukan keinginan konsumen, bahwa kualitas produk lah yang mengambil keputusan bagi konsumen itu sendiri. Konsumen akan merasa puas dengan hasil evaluasinya untuk menunjukkan produk yang mereka gunakan kualitas. Maka

pada akhirnya hipotesis pada pengujian tersebut bisa membuktikan bahwa kualitas produk menunjukkan pengaruhnya secara positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen. Jadi konsumen yang merasakan hasil produk berkualitas senang dan terkesan terutama di benak konsumen, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk kopi Jago di Cipete Jakarta Selatan, artinya ketika kualitas produk meningkat maka mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen Kopi Jago di Cipete Jakarta Selatan.

3. Persepsi harga merupakan pendapat atau penilaian konsumen terhadap harga suatu produk atau jasa. Maka pada pengujian tersebut bisa membuktikan bahwa persepsi harga menunjukkan pengaruhnya secara positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen. Jika konsumen memiliki pemahaman yang baik tentang harga suatu produk atau jasa, kemungkinan besar mereka akan puas dengan pembeliannya. Sebaliknya, jika konsumen menilai buruk, mereka mungkin merasa tidak puas dengan pembeliannya, jadi dapat disimpulkan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terhadap produk Kopi Jago di Cipete Jakarta Selatan, artinya ketika persepsi harga meningkat maka akan mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen Kopi Jago di Cipete Jakarta Selatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya pada pengujian, penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan dapat dijadikan masukan baik bagi Mobile Coffee Chain Jago Coffee maupun para pedagang khususnya Kopi Jago yang melayani konsumen di kawasan Cipete Jakarta Selatan, antara lain sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel inovasi produk dengan analisis deskriptif didapatkan nilai terbesar yaitu pada indikator ‘gaya dan desain’ dengan skor 4,23 dan nilai terkecil yaitu pada indikator “kualitas produk” dengan skor 4,10. Artinya inovasi produk Kopi Jago mempunyai kemampuan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini harus dipertahankan bahkan ditingkatkan. Terpenting, Kopi Jago harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas, variasi, serta gaya dan desain terbaiknya, yang pada akhirnya inovasi produk Kopi Jago akan semakin terasa bagi konsumen Kopi Jago. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Hasil pengujian variabel kualitas produk dengan analisis deskriptif didapatkan nilai terbesar yaitu pada indikator “kemampuan perbaikan” dengan skor 4,39 dan nilai terkecil yaitu pada indikator “fitur” dengan skor 4,31. Hal ini mengartikan bahwa kualitas produk dari kualitas kopi jago mempunyai kemampuan memberi kontribusi kepada peningkatan kepuasan konsumen. Hal ini harus dipertahankan bahkan ditingkatkan. Namun kopi jago harus lebih fokus membentuk kepercayaan diri dan kebanggaan konsumen dalam merasakan kopi jago dibanding produk kopi lain. Hal ini diharapkan bisa lebih memberi kontribusi kepada peningkatan kepuasan konsumen.
3. Hasil pengujian variabel persepsi harga dengan analisis deskriptif didapatkan nilai terbesar yaitu pada indikator “sesuai dengan kualitas” dengan skor 4,36 dan nilai terkecil yaitu pada indikator “keterjangkauan harga” dengan skor 4,23. Artinya persepsi harga kopi jago mempunyai kemampuan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini harus dipertahankan bahkan ditingkatkan. Namun, kopi yang baik harus fokus pada peningkatan kepercayaan dan kebanggaan konsumen dalam merasakan kopi yang nikmat dibandingkan produk kopi lainnya. Hal ini diharapkan dapat lebih meningkatkan kepuasan konsumen.

