

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pengaruh variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,096. Dengan perolehan nilai t_{hitung} 1,684 dan nilai t_{tabel} 1,984. Hubungan atau pengaruh variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 27,6%, sisanya 72,4% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terlibat dalam penelitian ini.

2. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,002. Dengan nilai t_{hitung} 3,224 dan nilai t_{tabel} 1,984. Hubungan atau pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 63,9%, sisanya 36,1% lainnya dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terlibat dalam penelitian ini.

3. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,000. Perolehan nilai t_{hitung} 6,363 dan t_{tabel} 1,984, pada variabel kualitas pelayanan adalah 0,691. Hubungan atau pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 69,1%, sisanya 30,9% lainnya dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terlibat dalam penelitian ini

4. Pengaruh variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi jago

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi 0,000. Perolehan nilai F_{hitung} 95,715 dan F_{tabel} 2,70. Hubungan atau pengaruh variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 74,9%, sisanya 25,1% lainnya dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terlibat dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan telah diuraikan pada kesimpulan di atas, peneliti menyampaikan saran terkait harga, kualitas produk, kualitas pelayanan untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk kopi jago adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk
 - a. Kopi jago perlu untuk mempertahankan konsistensi porsi, rasa dan tekstur dalam proses penyajian produk. Kopi jago memiliki warna produk yang disajikan sama dengan produk kompetitor, maka diperlukan keunikan tersendiri pada produk yang disajikan seperti menggunakan teknik *layering* dan penambahan *garnish*
 - b. Dalam pengembangan produk, kopi jago dapat melakukan penjualan produk pelengkap yang di analisa dari kebutuhan konsumen seperti penambahan produk roti atau camilan ringan sebagai hidangan pendamping konsumsi kopi jago.

2. Kualitas pelayanan

- a. Kualitas pelayanan dengan sistem *mobile* atau berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya menjadi sebuah terobosan baru, hal ini perlu didukung dengan pemberian fasilitas layanan seperti tersedianya kursi untuk konsumen dalam menunggu produk disajikan oleh jagoan.
- b. Dalam melakukan operasional, kopi jago didukung dengan penggunaan aplikasi jago *apps*, maka diperlukan promosi lebih *intens* seperti, melakukan postingan menggunakan desain grafis, video tutorial penggunaan aplikasi dan informasi terkait jago *apps* secara berkala melalui sosial media, menambahkan desain informasi pada kemasan produk, pembagian brosur yang berisikan panduan registrasi dan keuntungan menggunakan aplikasi jago *apps* diberikan saat konsumen melakukan transaksi, menggunakan strategi *influencer marketing* untuk menumbuhkan minat penggunaan aplikasi jago *apps* pada target pasar yang lebih luas. Sebab aplikasi jago *apps* menjadi keunggulan kopi jago dalam memberikan kemudahan dan keuntungan bagi konsumen dalam melakukan pembelian produk.
- c. Kemudahan transaksi saat ini didukung dengan berbagai metode pembayaran, selanjutnya dapat dipertimbangkan dengan penambahan metode bayar pada aplikasi jago *apps* dengan menggunakan berbagai jenis *e-wallet* seperti shopee pay, dana, linkaja yang dapat memberikan kemudahan bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis - Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (E. Risanto, Ed.). Penerbit Andi.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (M. A. Firsada, Ed.; 2nd ed.). CV Alfabeta.
- putu agung, anak agung, & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif* (1st ed., Vol. 1). CV Noah Aletheia.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (A. U. Press, Ed.).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (27th ed.). Penerbit Alfabeta.
- Yoesoep, R. E. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*.
<https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>

Jurnal

- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Pendidikan Tambusai*, 4(1), 239–247.
<https://jptam.org/index.php/jptam/issue/view/15>
- Ahmad, A. H., & Prastyani, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , dan Citra Merek , Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Ekuitas Merek Pada Produk Kecantikan Somethinc Ekuitas Merek (Hafez , 2022) dan Pengaruh dari kegiatan Pemasaran Media Sosial terhadap. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntans*, 3(2), 194–210.
- Akbar, A. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mahasiswa di LDC FEB UB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1).
- Alfatiha, R. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, IX(IV), 522–529.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>

- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.558>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Ayu, S., & Rosli, M. S. Bin. (2020). Uji Reliabilitas Instrumen Penggunaan SPADA (Sistem Pembelajaran dalam Jaringan). *Biormatika*, 6(1), 145–155. <https://doi.org/10.35569>
- Badan Pusat Statistik. (2022). In *Statistik Kopi Indonesia*. Badan Pusat Statistik. bps.go.id
- Bahtiar Abdillah, M., Marsha Aulia Hakim, R., Melisa Damiri, D., & Fithriya Zahra, dan. (2017). Business Strategy Analysis On Smes Bamboo Crafts In Bandung City. *Jurnal AdBispreneur*, 2(3), 227–242.
- Baihaky, S., Nizar, Y. A., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85. <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Desy Purwanti Atmaja, M. F. A. M. (2015). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopitiam Oey Surabaya. *Neliti*, 53(1), 59–65. <http://dx.doi.org/10.1016/j.encep.2012.03.001>
- Dewi, D. L., Fadli, M., & Junaidi, R. (2024). Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gubuk Coffee Pekanbaru. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(1), 71.

- Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 321–338. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2000>
- Ekonomi, I. J., Manajemen, A., April, N., Erliana, M., & Kurniawan, A. P. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas di Showroom Kurnia Indah Maumere. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 432–444.
- Fiani, D., & Novitasari, D. (2022). Peran Mediasi Keputusan Pembelian Pada Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Aplikasi Shopee. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(4), 1031–1055. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i4.609>
- Gani, A., & Hillebrandes Oroh, A. N. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store. *KnE Social Sciences*, 2021, 116–128. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8803>
- Gazali, S. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani Balikpapan. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 1(3), 83–95.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Dan Bisnis*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hasugian, B. S., & Sari, A. W. (2023). The Impact of Price Perception, Sales Promotion, Customer Satisfaction of Millennial Cheese Rolling Children. *Dharmawangsa: International Journal of the Social Sciences, Education and Humanitis*, 4(2), 39–46. <https://doi.org/10.46576/ijssseh.v4i2.3616>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Herliansyah, Octarinie, N., & Rasjid, A. (2021). Analisis Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Semen PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk di Kota Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(6).
- Jacobus, T. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 10(4), 95–105.

- Kha, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman. *Jaman: Jurnal AKuntansi Dan Manajemn Bisnis*, 2(2), 34–40.
- Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 233–241. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2188>
- Lilik Trianah, Diah Pranitasari, S. Z. M. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D’besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 230–239. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1.79>
- Lubis, A. I., Syamsuri, Abd. R., & Darwis, M. (2021). Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Burger King Indonesia Cabang Sun Plaza Kota Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 77–92.
- Luh, N., Indiani, P., Komang, N., Pusparini, N., & Wijaya, B. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga , dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 128–137.
- Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 10–22. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>
- Malonda, E. K., Massie, J. D. D., & Gunawan, E. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Benu Di Kta Manado Pada Masa Pandem Covid-19. *Emba*, 9(2303–1174), 4.
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2949–2958. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24041>
- Mulyanto, D. (2022). Word of Mouth, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surakarta. *MUARA : Jurnal Manajemen Pelayanan Nasional*, 5(1), 29–34. <https://doi.org/10.62826/muara.v5i1.57>
- Mustain, M., Jamaludin, & Baharuddin, A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Pada Konsumen Eiger Store Cabang Rappocini). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum*, 2(2), 159–164.

- Nasution, R. H., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, IX(2), 2252–5483.
- Ninda Silfiana, R., & Venusita, L. (2023). Pengaruh Pengetahuan Peraturan Pajak, Pemanfaatan Kebijakan PPS dan Kesadaran Pajak Owner E-Commerce terhadap Kepatuhan Pajak. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 7(2), 233–247.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 142–157.
- Nurjamilah, S. F., Romadon, A. S., & Putri, S. E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Kopima Aja.” *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 453–469.
- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 281–287. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.76>
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(2), 161–174.
- Sarwoko, E., Nurdiana, I., & Ahsan, M. (2021). Membangun Strategi Kemitraan Untuk Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Tusuk Sate di Kabupaten Malang. *Jurnal Karya Abdi*, 5(3), 407–414.
- Simanjorang, E. F. S. (2020). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi pada Warkop On Mada Rantauprapat. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 1(1), 91–101. <http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ebma/article/view/1903>
- Soenawan, A. D., & Malonda, E. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D’stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 395–409.
- Sudarsono, A. T., & Rum, Mokh. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi pada Kedai Sehari Sekopi Sidoarjo. *Agriscience*, 2(2), 408–427. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v2i2.11937>
- Supriadi Muslimin, Zainab, W. Jafar. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Susriyanti, Limakrisna, N., & Lusiana. (2023). Membangun Loyalitas Berdasarkan Kualitas Jasa Model Brady Cronin, E-Sq, E-Crm, Dan Komitmen Nasabah Perbankan. In M. A. Wardana (Ed.), *Penerbit Intelektual Manifes Media*. Penerbit Intelektual Manifes Media.

- Syahsudarmi, S. (2022). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study. *International Journal of Indonesian Business Review*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.54099/ijibr.v1i1.2>
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru). *JOM FISIP UNRI*, 4(2), 706. <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 87–96. <https://doi.org/10.1134/s0320972519100129>
- Wulanda, N., Wahab, Z., & Widad, A. (2019). Pengaruh Harga, Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Event Organizer (Studi Kasus Di Un Production). *Journal of Management and Business Review*, 16(1), 43–70.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemnt & Business*, 5(1), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>
- Yusuf, M., Saputra, J., & Simatupang, R. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hidayatullah Telanaipura Jambi. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 8(1), 15866–15875.

Website

- Jago Coffee. (2024). *The Jago Story*. Dipetik Februari 02, 2024, dari Jago Coffee.com: <https://www.jagocoffee.com/about-us>
- Janji Jiwa Group. (2024, April). *Jiwa +*. Diambil kembali dari <https://jiwagroup.com>
- Kementrian Pertanian. (2022). *Satu Data Pertanian*. Diambil kembali dari <https://satudata.pertanian.go.id/>
- Kopi Kenangan. (2024, April). Diambil kembali dari <https://kopikenangan.com>
- Lemon 8. (2023, Juli). Kopi keliling viral cuma 8rban.
- pergikuliner. (2024). *Tomoro Coffee*.
- Roman, B. (2022). *Sejarah dan Ragam Jenis Kopi di Indonesia*. Dipetik Februari 10, 2024, dari Nescafe.com: <https://www.nescafe.com/id/artikel/sejarah-dan-ragam-jenis-kopi-di-indonesia>