

BAB IV

PENUTUP

Bagian penutup ini menguraikan secara keseluruhan temuan penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan konsumen terhadap Omah Kopi Ngemplak dalam pembelian produk kopi kemasan, dengan mempertimbangkan faktor harga dan kualitas produk. Selain menyajikan ringkasan temuan penelitian, penulis juga memberikan saran-saran yang dianggap berharga bagi Omah Kopi Ngemplak agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen, terutama melalui evaluasi aspek harga dan kualitas produk.

4.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini menyimpulkan secara umum mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Omah Kopi Ngemplak Boyolali sebagai berikut:

- a. Pada variabel harga (X1), terdapat dua indikator yang berada di bawah rata-rata, yaitu kesesuaian harga yang dibayarkan terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen dan persaingan harga antara produk sejenis. Dalam kategorisasi jawaban terhadap variabel harga, mayoritas responden menganggap penerapan harga sangat sesuai. Analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan harga, semakin tinggi kepuasan konsumen, dan sebaliknya, jika penerapan harga buruk, kepuasan konsumen

akan menurun. Selain itu, hasil uji korelasi menunjukkan hubungan yang kuat antara harga dan kepuasan konsumen. Variabel harga memberikan kontribusi sebesar 72,9% dalam mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan hasil uji determinasi. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara harga dan kepuasan konsumen terhadap produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak Boyolali.

- b. Untuk variabel Kualitas produk (X_2), hasil jawaban dari responden menunjukkan bahwa terdapat dua item yang berada di bawah rata-rata, yaitu daya tahan produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan kepuasan terhadap kualitas keseluruhan produk kopi kemasan. Penyebab umum dari keberadaan variabel tersebut di bawah rata-rata adalah persepsi konsumen bahwa produk kopi kemasan yang dijual oleh Omah Kopi Ngemplak Boyolali memiliki daya tahan yang kurang jika dibandingkan dengan produk kopi kemasan sejenis lainnya dan kualitas keseluruhan yang dinilai kurang, sementara konsumen berharap lebih terhadap produk kopi kemasan milik Omah Kopi Ngemplak, tapi secara umum responden merasa bahwa produk kopi kemasan sudah baik dan Omah Kopi Ngemplak mampu memenuhi kebutuhan kopi dari responden. Dalam kategorisasi jawaban terhadap variabel Kualitas produk, mayoritas responden (67,1%) menandakan kualitas produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak sudah baik. Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk

dan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan kualitas produk, semakin tinggi kepuasan konsumen, dan sebaliknya, jika penerapan kualitas produk buruk, kepuasan konsumen cenderung rendah. Selain itu, hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas produk dan kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 67,1% dalam mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan hasil uji determinasi. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak.

- c. Untuk variabel kepuasan konsumen (Y), hasil jawaban dari responden menunjukkan bahwa terdapat 2 item yang berada di bawah rata-rata, yaitu kualitas produk yang tidak sesuai harapan konsumen dan nilai yang dirasakan konsumen dari membeli produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak. Penyebab dari keberadaan variabel tersebut di bawah rata-rata umumnya adalah harapan konsumen terhadap produk tinggi sementara kualitas produk kopi masih cenderung sama dengan produk kopi lainya, dan manfaat yang didapatkan konsumen tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Mayoritas responden (79,6%) merasa kualitas produk kopi kemasan sudah baik dan hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Omah Kopi Ngemplak Boyolali. Artinya, jika secara simultan harga dan

kualitas produk diterapkan dengan lebih baik, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika penerapan harga dan kualitas produk dilakukan dengan buruk, kepuasan konsumen cenderung rendah. Koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang kuat antara penerapan harga dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 79,6% terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penerapan harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Omah Kopi Ngemplak.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Omah Kopi Ngemplak Boyolali, peneliti memberikan beberapa saran sebagai pertimbangan:

- a. Dalam konteks indikator variabel harga, terdapat dua indikator yang menunjukkan performa di bawah rata-rata. Sebagai saran, Omah Kopi Ngemplak dapat mempertimbangkan langkah-langkah berikut. Pertama, ada masalah dalam hal kesesuaian harga dari perspektif konsumen. Untuk mengatasi hal ini, Omah Kopi Ngemplak perlu melakukan perubahan terhadap daftar harga produk yang ada seperti contohnya menurunkan harga untuk kopi robusta 100 gram dari harga Rp 17.000,- menjadi Rp 15.000,-,

serta lebih menyesuaikan daftar harga produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak dengan harga kopi kemasan merek lain, serta perlu lebih memperhatikan keinginan konsumen. Dalam hal ini, penting untuk menentukan harga yang cocok agar keinginan konsumen dapat memenuhi keinginan konsumen. Lalu yang kedua untuk indikator daya saing harga, Omah Kopi Ngemplak perlu menyesuaikan harga produk dengan para harga pasar agar mampu bersaing dengan produk merek lain yang sejenis.

- b. Dalam konteks evaluasi kualitas produk, ada dua faktor yang menunjukkan performa yang di bawah standar, yaitu daya tahan produk dan kualitas produk secara keseluruhan. Untuk mengatasi masalah-masalah ini, Omah Kopi Ngemplak Boyolali perlu berfokus pada perbaikan aspek-aspek yang masih kurang memuaskan. Pertama, Omah Kopi Ngemplak Boyolali harus meningkatkan konsistensi rasa dan aroma dalam jangka waktu yang lama agar produk bisa memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara melalui standarisasi resep yang detail, penggunaan bahan baku berkualitas tinggi secara konsisten, pelatihan karyawan yang intensif, serta penerapan sistem pengendalian mutu yang ketat. Lalu yang kedua, Omah Kopi Ngemplak Boyolali perlu melakukan evaluasi terhadap produk dan memperhatikan proses pengolahan dan pengemasan produk, dan menyesuaikannya dengan kebutuhan konsumen agar tercapainya kepuasan konsumen.
- c. Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat dua masalah yang perlu diselesaikan terkait kepuasan konsumen, yaitu kualitas produk kopi kemasan dan nilai yang dirasakan konsumen pada saat mengkonsumsi produk kopi

kemasan Omah Kopi Ngemplak. Untuk mengatasi masalah pertama, kualitas produk yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, Omah Kopi Ngemplak Boyolali dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan lebih meningkatkan kualitas produk, seperti lebih memperbanyak opsi kemasan produk kopi agar konsumen dapat lebih leluasa memilih produk mana yang ingin dibeli yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai. Lalu yang kedua, Omah Kopi Ngemplak melakukan survey yang tujuannya untuk mengetahui manfaat apa yang diinginkan konsumen setelah mengonsumsi kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak dan mengaplikasikannya pada produk kopi kemasannya.

- d. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada para peneliti yang akan melakukan penelitian di masa mendatang. Para peneliti dapat mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak Boyolali. Hal ini dapat melibatkan analisis yang lebih mendalam tentang preferensi konsumen, peningkatan kualitas produk, serta penyesuaian harga produk. Dengan memahami faktor-faktor ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana Omah Kopi Ngemplak dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan menyediakan harga produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar, menjamin kualitas produk yang baik, serta meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian di masa mendatang juga dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain harga dan kualitas produk. Faktor seperti penyesuaian harga, inovasi produk, dan

dukungan pemasaran dapat menjadi fokus penelitian yang menarik. Dengan memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi kepuasan konsumen, perusahaan distribusi dapat mengembangkan strategi yang lebih holistik untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk kopi kemasan. Dalam penelitian di masa mendatang, juga penting untuk melibatkan sampel yang lebih representatif dan meluas serta menggunakan metodologi penelitian yang tepat. Hal ini akan memastikan bahwa hasil penelitian memiliki keandalan yang tinggi dan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi bisnis usaha kopi kemasan. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan penelitian di masa mendatang dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, serta memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi bisnis dalam industri kopi lokal.