

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Kopi Janji Jiwa di Kota Semarang" dengan melibatkan 100 responden konsumen Kopi Janji Jiwa yang berdomisili Kota Semarang dan pernah melakukan pembelian produk Kopi Janji Jiwa minimal tiga kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir, diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat beli ulang Kopi Janji Jiwa. Mayoritas responden pada penelitian ini merasa bahwa Kopi Janji Jiwa telah memberikan pelayanan yang baik karena Kopi Janji Jiwa telah menyediakan sistem pembayaran yang beragam yang memudahkan pelanggan, lokasi outlet selalu dalam keadaan bersih dan rapih, staf bekerja secara profesional, serta pesanan selalu tepat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kopi Janji Jiwa memberikan pelayanan kepada pelanggan maka akan semakin tinggi pula minat beli ulang pelanggan terhadap produk Kopi Janji Jiwa.
2. Variabel kualitas produk mempengaruhi secara positif signifikan terhadap variabel minat beli ulang Kopi Janji Jiwa. Mayoritas responden pada penelitian ini merasa bahwa kualitas produk dari Kopi Janji Jiwa sudah baik karena produk berkualitas, citra merek yang baik, pilihan menu yang

beragam, kemasan yang dapat menjaga kualitas produk, penampilan visual produk yang bagus, serta kualitas produknya sesuai dengan harga. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk Kopi Janji Jiwa maka semakin tinggi pula minat beli ulang konsumen terhadap produk Kopi Janji Jiwa.

3. Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variabel minat beli ulang Kopi Janji Jiwa. Mayoritas responden pada penelitian ini merasa bahwa Kopi Janji Jiwa telah memberikan pelayanan yang baik dan produk yang juga baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kopi Janji Jiwa memberikan pelayanan dan semakin baik kualitas produk yang mereka jual maka semakin tinggi pula minat beli ulang konsumen terhadap produk Kopi Janji Jiwa.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disusun oleh penulis, berikut merupakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Kopi Janji Jiwa untuk diterapkan:

1. Beberapa indikator variabel kualitas pelayanan yang mendapatkan nilai terendah yaitu indikator *tangible* dan *assurance*. Implikasi manajerial yang dapat diterapkan Kopi Janji Jiwa adalah peningkatan fasilitas kedai seperti toilet, meja dan kursi, meningkatkan dan menjaga kebersihan kedai, meningkatkan layanan staf agar selalu bersikap ramah terhadap konsumen, serta mediversifikasi metode pembayaran dengan

menyediakan pembayaran tunai di seluruh kedai sehingga dapat mengakomodasi semua pelanggan.

2. Beberapa indikator variabel kualitas produk yang mendapatkan nilai terendah yaitu terkait indikator performance dan kehandalan. Implikasi manajerial yang dapat diterapkan Kopi Janji Jiwa adalah membuat standarisasi proses pembuatan kopi dan memastikan setiap barista mengikuti SOP yang ada, pelatihan barista untuk meningkatkan keterampilan barista dalam menjaga dan menjamin kualitas kopi, pengawasan kualitas bahan baku agar selalu dalam kondisi, serta melakukan pengecekan rasa (*taste test*) secara rutin dari tim manajer atau QC untuk memastikan rasa kopi tetap sesuai standar.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan lebih baik dari penelitian ini untuk mengukur minat beli ulang pada konsumen Kopi Janji Jiwa di Kota Semarang dengan menggunakan variabel lain karena berdasarkan dari hasil koefisien determinasi yang sudah ditampilkan sebelumnya diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk hanya menyumbang 47,4%, sehingga masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen terhadap produk Kopi Janji Jiwa di Kota Semarang.