

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada Kedai Kori Kopi. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasi 0,631 dengan nilai signifikan  $P = 0,000$  ( $p < 0,001$ ) hal ini menunjukkan semakin tinggi persepsi kualitas produk yang dimiliki maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen pada konsumen. Sebaliknya, semakin rendah persepsi kualitas produk yang dimiliki maka semakin rendah kepuasan konsumen pada konsumen. Pengunjung yang mengalami kepuasan konsumen dan memiliki persepsi yang positif terhadap kualitas produk selama berada di Kedai Kopi Kori Yogyakarta, menunjukkan hasil bahwa mereka memiliki persepsi kualitas produk cenderung tinggi. Hal ini sesuai dengan hasil kategorisasi skala kepuasan konsumen yang menunjukkan bahwa terdapat terdapat 34 responden atau 49,27% konsumen Kori Kopi yang memiliki kepuasan konsumen tinggi, 34 responden atau 49,27% konsumen Kori Kopi yang memiliki kepuasan konsumen sedang, dan terdapat 1 responden atau 1,44% konsumen Kori Kopi yang memiliki kepuasan konsumen rendah. Kategorisasi kepuasan konsumen pada konsumen Kori Kopi di kategorikan sedang ke tinggi.

Pada penelitian ini Persepsi Kualitas Produk yang didapatkan dari skala persepsi kualitas produk menunjukkan terdapat 31 responden atau 44,92%

konsumen kori kopi yang menilai kualitas produk kori kopi tinggi dan 38 responden atau 55,07% konsumen kori kopi yang menilai kualitas produk kori kopi sedang. Kategorisasi kualitas produk pada Kori Kopi di kategorikan sedang ke tinggi. kategori Persepsi kualitas produk rendah yang berarti bahwa semakin tingginya persepsi kualitas produk yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Kori Yogyakarta maka hasilnya semakin tinggi pula nilai positif kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Sebaliknya, semakin rendahnya atau tidak adanya Persepsi kualitas produk yang ditawarkan Kedai Kopi Kori Kopi Yogyakarta maka semakin rendah nilai kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan hasil ini, hipotesis penelitian yang menduga adanya hubungan yang positif antara persepsi kualitas produk dengan kepuasan konsumen di Kedai Kori Kopi Yogyakarta dapat diterima.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

### **1. Bagi Subjek ( Keda Kori Kopi Yogyakarta)**

Pihak Kedai Kori Kopi Yogyakarta sebaiknya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan seperti kualitas rasa makanan, kebersihan/higienis, kualitas atau tampilan dan variasi menu, mengingat koefisien kualitas produk yang ditawarkan masih rendah dimata konsumen, dengan meningkatkan kualitas produk maka nilai kepuasan konsumen akan menjadi lebih baik sehingga bisa menarik pelanggan dan mempertahankannya sehingga konsumen tidak akan berpindah pada pesaing lainnya.

## **2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, persepsi kualitas produk memberikan sumbangan terhadap kepuasan konsumen sebanyak 39.9%. Sehingga bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti kepuasan konsumen dapat menggunakan atau menambahkan faktor lain.

Dan untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti variabel persepsi kualitas produk, untuk pengukuran kualitas produk sebaiknya alat ukur diperbaiki lagi dengan melakukan pengukuran yang seharusnya bobot dibedakan antara pengetahuan dan penghayatan dengan membuat dua skala yaitu skala kognitif untuk mengukur pengetahuan subjek dan skala penghayatan pada subjek.